



3 1761 11553635 1





Digitized by the Internet Archive  
in 2022 with funding from  
University of Toronto

<https://archive.org/details/31761115536351>









Financial Consumer  
Agency of Canada

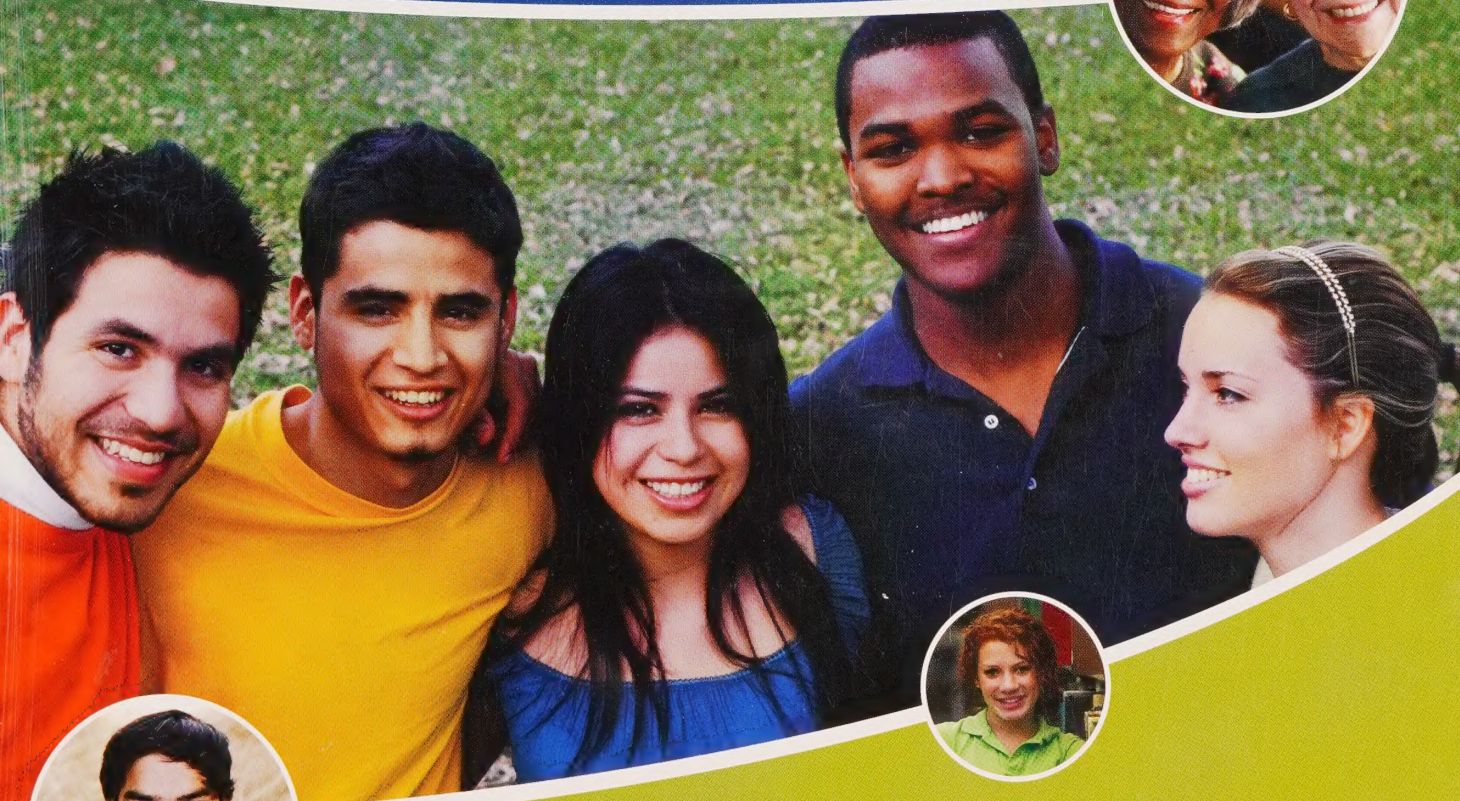
Agence de la consommation  
en matière financière du Canada

Government  
Publications

3

CA1  
FCA  
~ A56

# Value *for Canadians*



## Annual Report 2006-2007



# Financial Consumer Agency of Canada

## Our mission

The Financial Consumer Agency of Canada (FCAC) is committed to improving Canada's financial marketplace by:

- supervising financial institutions efficiently and effectively with respect to meeting their obligations to consumers; and
- providing information that enables consumers to understand their rights and make informed financial decisions.

FCAC offers a variety of publications, information and interactive tools for consumers.

[www.fcac.gc.ca](http://www.fcac.gc.ca)

[moneytools.ca](http://moneytools.ca)

### Telephone (toll-free)

(Consumer Contact Centre)

From the Ottawa area or  
from outside Canada:

1-866-461-FCAC (3222)

613-996-5454

### TTY (toll-free)

From the Ottawa area or  
from outside Canada:

1-866-914-6097

613-947-7771

### Fax (toll-free)

From the Ottawa area or  
from outside Canada:

1-866-814-2224

613-941-1436

### E-mail

For information  
For publications

[info@fcac.gc.ca](mailto:info@fcac.gc.ca)  
[pub@fcac.gc.ca](mailto:pub@fcac.gc.ca)

### Postal address

Financial Consumer Agency of Canada  
Enterprise Building, 6th Floor  
427 Laurier Avenue West  
Ottawa, Ontario K1R 1B9

© Her Majesty the Queen in Right of Canada (Financial Consumer Agency of Canada)  
Cat. No.: FC1-2007  
ISBN: 978-0-662-69568-4





# Contents

<b>Letter from the Acting Commissioner</b> .....	2
<b>Informing and protecting</b> .....	5
The year in review .....	6
Consumer education and public affairs .....	7
Compliance and enforcement .....	12
<b>Responding to the concerns of Canadians</b> .....	16
Inquiries and complaints .....	17
Compliance issues .....	24
<b>FCAC's operations</b> .....	38
Operational roles and responsibilities .....	39
Modern management .....	42
<b>FCAC's performance</b> .....	44
Consumer service .....	45
<b>Financial statements</b> .....	47
<b>Appendices</b> .....	60
A: Glossary .....	61
B: Consumer provisions and regulations .....	64
C: Major codes of conduct and public commitments monitored by FCAC .....	67



# List of charts and tables

## Charts

1	FCAC Web site visits, since launch	9
2	Distribution of FCAC consumer publications	10
3	Total contacts received by FCAC, by source, 2006–07	18
4	Total contacts received by FCAC, by type of federally regulated financial institution, 2006–07	18
5	Contacts received by FCAC, by subject matter	19
6	Compliance case management process, as of March 31, 2007	40
7	Time taken to close a file related to a telephone call received by the Consumer Contact Centre	45
8	Time taken to close a file generated by a consumer's letter, an e-mail, or an in-person visit for non-compliance related matters	45
9	Time taken to close a file related to a compliance matter	46

## Tables

1	FCAC Web site usage	8
2	Total contacts received by FCAC, by location	17
3	Inquiries and complaints received excluding compliance matters, by category, 2006–07	20
4	Total compliance contacts received, by category	24
5	Compliance matters relating to consumer provisions, codes of conduct, public commitments and required filings	25
6	Compliance cases closed where action was taken, 2006–07	29
7	Cases closed relating to the consumer provisions, by type of disposition, 2006–07	30
8	Compliance cases closed relating to codes of conduct and public commitments, by type of disposition, 2006–07	36
9	Matters related to branch closures	37





Financial Consumer  
Agency of Canada

Agence de la consommation  
en matière financière du Canada

Enterprise Building  
427 Laurier Avenue West  
Ottawa, ON K1R 1B9

September 26, 2007

The Honourable James M. Flaherty, P.C., M.P.  
Minister of Finance  
House of Commons  
Ottawa, Ontario  
K1A 0A6

Dear Minister:

I am pleased to submit to you the annual report of the Financial Consumer Agency of Canada for the period April 1, 2006 to March 31, 2007, its fifth full year of operation.

Sincerely yours,

Jim Callon  
Acting Commissioner

# Letter from the Acting Commissioner

Every day, Canadians make personal financial decisions in an increasingly complex and challenging financial marketplace.

The Financial Consumer Agency of Canada strives to ensure that the marketplace is fair and competitive, and that consumers can make sound decisions based on clear and accurate disclosure from financial institutions. Consumers should have a good knowledge of the financial products and services they are using; if they do, they are then able to make informed decisions and the competitive marketplace is strengthened.

The Agency provides regulatory oversight of federal financial institutions and ensures that they comply with established consumer protection laws. Because of the work that we do, financial institutions are more accountable to consumers. At the same time, millions of Canadians have better access to basic banking services and receive more complete disclosure on terms and conditions, fees, and interest. And with clear and accurate information, consumers have a greater capacity to make appropriate decisions based on an understanding of their rights, responsibilities and market choices.

As a result of our direct experience with consumers and our growing record in industry compliance, we are well positioned to provide objective information to parliamentarians about consumer issues in the financial sector. Through appearances before the House of Commons Standing Committee on Finance as well as the Senate Standing Committee on Banking, Trade and Commerce in 2006–07, the Agency gave input for the deliberations on Bill C-37, *An Act to amend the law governing financial institutions and to provide for related and consequential matters*. In addition, we publish consumer statistics on a quarterly basis and are always pleased to elaborate for policy-makers and parliamentarians on request. In 2007–08, the Agency will make an important contribution as policy-makers develop the regulations to support the new legislation. We will monitor and enforce the resulting new consumer provisions and regulations.

In the course of supervising a range of compliance issues in the federally regulated financial sector, the Agency generally receives the ongoing cooperation of financial institutions. This makes it possible to raise the level of compliance effectively and constructively.

During 2006–07, the Agency participated in a review process undertaken by provincial regulators and the Department of Finance. The aim was to identify ways of improving accountability with regard to the services provided by the three main financial sector ombudsman services. The process has been progressing well.

During the past fiscal year, the Agency has worked to improve the marketplace in many ways. We have continued to upgrade our educational tools and information, and to carry out our supervisory mandate. Following are highlights of our supervisory activities in 2006–07:

- A decision taken by former Commissioner William G. Knight will mean that all borrowers liable under a credit agreement will receive all required disclosure documents. Previously, if more than one borrower jointly took a loan, many financial institutions issued disclosure statements to only the person deemed to be the primary borrower on the credit agreement. The result was that many borrowers who were liable for the amount outstanding on a loan were not aware of their rights and responsibilities, particularly if changes had been made to the credit agreement without their knowledge.



The former Commissioner confirmed that the law required all borrowers, without exception, to receive equal disclosure. All federally regulated financial institutions have had to review their practices and ensure that proper disclosure is given to consumers who are borrowers and are held liable under a credit agreement. The institutions have cooperated and have prepared implementation plans for the Agency's review. By 2008, all consumers who sign a credit agreement with a co-borrower will receive all required disclosure documents; they have the right to receive them individually or jointly.

- The Agency undertook an examination of credit card marketing practices. We found that several financial institutions offering credit card products did not inform consumers of the actual interest rate granted to them until after the application process had been completed, the credit history had been verified, and the credit card and credit agreement had been issued. Consumers were disclosed a range of interest rates, from lowest to highest, for which they might qualify depending on their credit history.

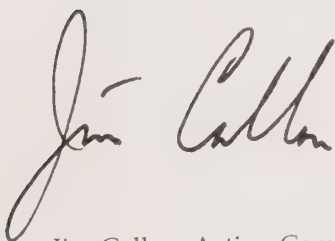
The review revealed that institutions did not always respect the principle behind the *Cost of Borrowing Regulations*: consumers should be informed of the full costs of a credit product — including the interest rate — before they are issued the product or receive the service. The disclosure requirements are designed to allow consumers to make an informed choice based on knowledge of the true costs of each product. The former Commissioner issued several key decisions on this matter; they are posted on the FCAC Web site. The Agency will continue to monitor the market to ensure that the various credit card and other loan products meet the requirements set out in the *Cost of Borrowing Regulations*.

The Government of Canada has asked the Agency to expand its activities over the next two years. Under the 2007–08 federal budget, the Government asked us to develop and share instructional materials for financial literacy education, especially for young people, and to facilitate the sharing of information and instructional materials among financial education providers. We look forward to working with federal and provincial partners, the private sector and non-profit organizations to implement this new national financial literacy program.

We are proud of our achievements to date. And we are aware that they have been possible because of the ongoing cooperation and responsiveness of our partners, key consumer groups, stakeholders and federally regulated financial institutions. For this, I would like to thank them.

I also thank all our staff members for their energy and commitment as they bring to life our vision of informing and protecting Canadian consumers.

In closing, I would like to express the Agency's gratitude to former Commissioner William G. Knight, who finished his five-year term of office in October 2006. As the first Commissioner, Mr. Knight effectively shaped the Agency's role in ensuring a healthy, competitive and balanced marketplace for financial consumers. His dedication and strong leadership will continue to be an inspiration to us as we build on the solid foundation he established.



Jim Callon, Acting Commissioner  
Financial Consumer Agency of Canada





# Informing and *protecting*



## The year in review

The Financial Consumer Agency of Canada (FCAC) works to support a fair and secure financial marketplace for Canadian consumers. We offer consumers objective and reliable information on which to base financial decisions, and we provide oversight of the laws that protect them in their dealings with financial institutions.

Because of our direct contact with Canadians, we have a unique perspective on their financial needs and concerns. We use this expertise to develop our educational initiatives and guide our regulatory enforcement activities.

### *Supporting a fair and competitive marketplace . . .*

Whether by offering educational resources, engaging in outreach or investigating compliance matters, FCAC focuses on making the financial marketplace work better for Canadians. What we do has a real impact on their daily lives.

In 2006–07, we again developed new publications to help Canadians understand their rights and responsibilities, as well as the many financial products and services available to them. We continued to promote plain language in the financial services industry. And we monitored federally regulated financial institutions (FRFIs) to make sure they complied with the consumer provisions of different laws to which they are subject.

We strive to inform as many Canadians as possible about important financial matters. For this purpose we make use of our own communications resources, and we also rely on the media and seek the collaboration of government agencies and not-for-profit organizations.

### *. . . through information . . .*

Since the Agency was established in 2001, our contacts with consumers have grown significantly.

In the past fiscal year, Canadians received well over 750,000 copies of FCAC publications, including more than 500,000 downloads from our Web site — a clear sign of the popularity of our products.

With an average of nearly 4,000 visitors to the Web site every day, we are able to deliver vital consumer information effectively and efficiently. More than 30 different booklets, tables, interactive tools and reports are available on the site. In 2006–07, we redesigned the site to make it easier for consumers to find the information they need.

To help us create and distribute new tools and information that meet consumer needs for financial knowledge and literacy, we continue to develop and maintain important partnerships.

For example, FCAC worked with several federal departments and agencies to distribute key financial information to consumers with low incomes, as well as seniors and new immigrants. We continued our efforts with the YMCA of Greater Toronto, the Montréal-based consumer group Option consommateurs and the Success Skills Centre in Winnipeg to deliver information to Canadians on basic banking services. We also continued to work with MasterCard and began working with Éducaloi to develop a plain-language credit card application that can easily be understood by people with limited financial literacy.

To gain a better understanding of Canadians' financial awareness, beliefs and behaviour, FCAC contracts with independent research companies that conduct surveys asking consumers about their everyday banking.

### *. . . and protection*

As a key market conduct regulator in financial services, FCAC monitors the behaviour of federally regulated financial institutions, and makes sure they meet their statutory responsibilities and voluntary commitments to protect consumers. We review thousands of complaints including those that potentially involve compliance matters — roughly 3 to 5 percent of all complaints received. After we determine the nature of a complaint, we investigate whether the financial institution has met its obligations. This includes examining whether there has been a possible violation of a consumer provision, or a failure to comply with a public commitment or code of conduct. Investigations into the behaviour of banks and other financial institutions often yield improvements for all Canadians.



To help ensure that we respond to consumer issues quickly, in 2006–07 we continued to make our processing of compliance cases more effective and efficient, and we gave particular attention to cases having the broadest impact on Canadians. We closed about 1,500 compliance cases during the year, up almost 10 percent from 2005–06. We dealt with more than half of these files within two months.

## *A bright future*

In the current fiscal year and beyond, FCAC will continue to develop information and tools for Canadian financial consumers. We will work with partners to raise awareness of our products among particular consumer groups. And, as announced in the March 2007 federal budget, we will develop and share instructional materials for use in financial literacy education, especially for young people, and we will facilitate the sharing of information and instructional materials among financial education providers. The Government of Canada will begin implementing Bill C-37, *An Act to amend the law governing financial institutions and to provide for related and consequential matters*; this received Royal Assent late in March 2007, and specifies changes to the legislative and regulatory framework. We will play an integral role in ensuring ongoing compliance by financial institutions with the revised framework. Finally, we will continue to monitor the behaviour of financial institutions to support a fair, secure and competitive marketplace for consumers.

## Consumer education and public affairs

### *Informing Canadians*

FCAC's Consumer Education and Public Affairs Branch provides Canadians with information about their rights and responsibilities when dealing with financial institutions. We offer objective and clear information to help them develop a better understanding of commonly used financial products and services.

We design our publications and tools for a broad audience to give as many Canadians as possible access to our information. In particular, we focus on reaching more vulnerable consumers, such as people with lower literacy levels or lower incomes.

Recognizing that not all Canadians seek out or use information in the same way, we offer our publications in print and on our Web site. We distribute and deliver information through interactive on-line tools and in person.

We raise awareness of our services and resources strategically and cost-effectively by working with organizations in the public, private and not-for-profit sectors. These partnerships allow us to tap into extensive consumer networks and reach a variety of communities across the country.

Finally, we develop relationships with the media to help us deliver objective information to a large number of Canadians in a timely, cost-effective manner. We offer the media a unique and valuable perspective on consumers' concerns about financial products and services.

## *New consumer information products and tools*

### **Publications**

- *Pre-paid Cards*

We released *Pre-paid Cards*, a new booklet for consumers about pre-paid MasterCard and Visa cards. The booklet explains what pre-paid cards are, how they work and the various fees that can be charged for their use. Included is a detailed table for comparing the features and fees of 12 pre-paid cards now available in Canada.

- *Tip sheets*

We created a series of tip sheets in plain language about common financial products and services. They give consumers clear and concise information on which to base financial decisions. The tip sheets are now posted on the FCAC Web site.



## Web site and interactive tools

### • Redesigned FCAC Web site

We redesigned the content and structure of the FCAC Web site to make it more user-friendly. We reorganized the growing amount of information that has been added over the years. The changes make it easier for consumers to find what they need.

All of FCAC's on-line resources on a particular financial product or service are now in the same location. Consumers simply click on the category that interests them, such as bank accounts, credit cards or mortgages; this gives them instant access to a wealth

of relevant, up-to-date information. On each topic, consumers can learn more with the help of interactive tools, quizzes, publications, frequently asked questions, information on consumers' rights and responsibilities, and other related resources.

Traffic on the Web site has grown steadily over the years, almost doubling in 2006–07 (see **Table 1**). In November 2006, we saw a monthly peak of almost 156,000 visits (see **Chart 1**). And shortly after we went live with our redesigned site on March 16, 2007, we recorded the greatest number of daily visits ever — almost 9,000 on March 19.

**Table 1** shows that our Web site averaged nearly 4,000 visits a day in 2006–07; this is almost double the daily average for 2005–06. Over the past year, we received more than 1.4 million visits.

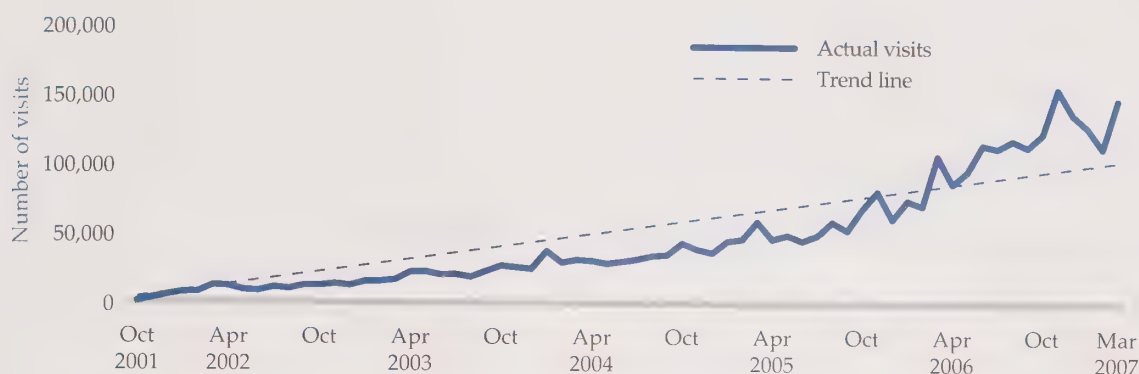
**Table 1: FCAC Web site usage**

	2005–06	2006–07
Number of visits <sup>1</sup>	766,426	1,448,322
Average number of visits per day	2,177	3,968
Number of visits to FCAC quizzes	19,170	22,880
Number of visits to Cost of Banking Guide interactive tool	9,630	11,643
Number of visits to Complaint-handling Process search tool	39,960	184,872
Number of visits to Credit Cards and You interactive tool	9,560	9,335

<sup>1</sup> The number of visits is the total number of times that visitors came to FCAC's site. If a visitor is idle longer than 30 minutes, the visit is considered to be terminated. If the visitor continues to browse the site after being idle for more than 30 minutes, a new visit is counted.

The Web site has recorded more than 3 million visits since it was launched on October 21, 2001. **Chart 1** shows that the number of visits has increased steadily each year.

**Chart 1: FCAC Web site visits, since launch**



- **Enhanced Cost of Banking Guide interactive tool**

One of the useful and popular interactive tools on our Web site is the Cost of Banking Guide, which helps Canadians find the best banking service package for their needs. We enhanced the guide in 2006–07 to make it easier for consumers to use.

Among other things, the improved guide gives more detail on banking packages. Consumers now can compare additional account features, such as bank drafts, free personalized cheques and overdraft protection. They can choose to exclude certain financial institutions from their comparison. They can also sort packages by different criteria, such as monthly fee, number of transactions covered by the fee, and minimum monthly balance required to waive fees. Consumers can now compare up to five banking packages at once or see all banking packages available by province.

- **Database of Frequently Asked Questions**

We continued to add information to our Frequently Asked Questions (FAQs) database. This now features approximately 85 key

questions and answers about financial services and products. It covers popular consumer topics, including bank accounts, credit cards and credit reports, loans, mortgages, pre-authorized debits, and Registered Education Savings Plans.

## *Financial industry and market awareness*

### **Financial awareness, beliefs and behaviour**

FCAC commissioned an independent research company to conduct a telephone survey of Canadians. The survey asked respondents about their ease with everyday personal banking activities, their knowledge of basic financial products and services, their understanding of their rights, their need for information, and their key beliefs about financial institutions in general.

The survey was conducted in the fall of 2006. The company contacted 1,700 Canadians across the country, with a special focus on consumers living in the North.

We are evaluating the survey results to enhance our outreach initiatives and educational materials.

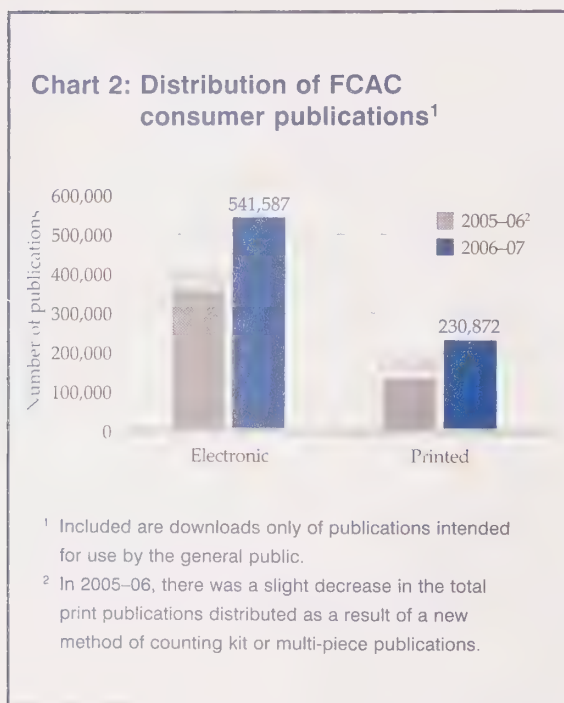


## Outreach activities

### Reaching out to members of Parliament

We sent letters to members of Parliament, inviting their staff to forward financial consumer questions to us and refer to us constituents who have questions and issues related to the financial sector. We also offered MPs the opportunity to order FCAC publications on behalf of their constituents. Following this mailing, MPs ordered more than 8,000 publications.

**Chart 2** shows that in the past fiscal year FCAC distributed more than 750,000 publications to Canadian consumers in print and on line — a significant increase over the previous year.



### Federal government partners

FCAC worked closely with a number of federal government organizations in 2006-07. With the strategic assistance of the Canada Revenue Agency (CRA), Citizenship and Immigration Canada, Human Resources and Social Development Canada, and Public Works and Government Services Canada, we were able to reach consumers in a variety of ways.

#### • Cheque inserts

FCAC worked with the Canada Revenue Agency to include an information pamphlet with GST/HST credit cheques and Canada Child Tax Benefit cheques. The pamphlet told recipients about their right to open a personal bank account and cash a Government of Canada cheque for free. Similarly, we developed a partnership with Human Resources and Social Development Canada to include an information pamphlet with Old Age Security cheques and Canada Pension Plan cheques, giving seniors the same information.

Both mailings also encouraged recipients to contact us by telephone or through our Web site for objective, plain-language information about consumer banking rights and responsibilities, and about banking products and services. After the mailings, we heard from about 10,000 Canadians. As well, we saw a significant increase in Web site visits.

#### • Canada Pavilion

Public Works and Government Services Canada manages the Government of Canada Exhibitions Program, which includes the Canada Pavilion — a travelling showcase featuring different federal departments and agencies. Participating in the showcase gives us an opportunity to meet with Canadians across the country, tell them about our work and hear their concerns and issues.

In 2006-07, FCAC joined five Canada Pavilion events, including the Calgary Stampede, the Western Fair in London, Ontario, Nova Scotia's Maritime Fall Fair, the Home Show in Moncton and the Montréal National Home Show. We spoke with approximately 18,000 Canadians, and distributed more than 30,000 publications and 23,000 promotional items. Through these contacts we encouraged consumers from all walks of life to use the Agency's resources, know their rights and responsibilities when dealing with a bank, and make sound choices in banking products and services.

- **Multimedia basic banking information**

Working with Citizenship and Immigration Canada and non-governmental organizations (NGOs), we provided advice to new immigrants, Canadians with low levels of literacy and other consumers, informing them about their basic banking rights and how to use the services of mainstream financial institutions. FCAC produced a plain-language DVD to tell consumers how to open a bank account and cash a Government of Canada cheque for free. The information also encourages people to turn to the Agency if they encounter a problem with their bank, or need information on financial products and services. The DVD will be distributed during 2007–08 and the information will be posted on our Web site.

- **FCAC in the classroom**

FCAC again participated in the Canada Revenue Agency's Teaching Taxes program, which helps high school and college teachers educate their students about Canada's tax system. Teachers are invited to inform students about the Agency's role in Canada's federal financial market, and to use FCAC publications in the classroom. In 2006–07, teachers requested more than 60,000 publications, almost three times as many as in the previous year.

The information helps students better understand a variety of financial products and services, make confident financial choices based on facts, and know their rights when dealing with financial institutions.

- **Community Volunteer Income Tax Program**

The Canada Revenue Agency works with a network of NGOs that offer tax clinics to consumers with low incomes. In partnership with CRA, we provided to tax clinic officers a specially designed brochure and publications order form for distribution to the people they served. The brochure explains consumers' rights when opening a personal bank account, how to cash a Government of Canada cheque for free, and the importance of a good credit

report and how to obtain a report copy free of charge from credit bureaus. It also outlines our services and products, and ways FCAC can help consumers.

### **Partnerships with private-sector and not-for-profit organizations**

FCAC continued to build relationships with private-sector and not-for-profit organizations. We fostered strategic partnerships with the YMCA of Greater Toronto, Option consommateurs in Montréal and the Success Skills Centre in Winnipeg. These enabled us to reach consumers we might otherwise have found difficult to contact. In an ongoing project with MasterCard, FCAC is developing a template to make credit card application and solicitation documents easier to understand.

- **Plain language**

FCAC recognizes that many Canadians face challenges in understanding financial information because of their level of literacy and the complexity of the issues. This is why we promote the use of plain language in our publications and have made an effort to build internal staff expertise in this area.

Working with MasterCard, we asked plain-language experts to review several existing application forms (11 in English and 6 in French) from various MasterCard issuers. Their comments helped us develop a model application form that is simpler and easier to understand. FCAC and MasterCard then contracted with Éducaloi, a not-for-profit organization that has a mission to provide consumers with legal information in everyday language. Plain language experts reviewed the model form and made sure it was written in plain language. We expect to finalize and focus-test the form in 2007–08.

If plain-language credit card applications are adopted, these will help Canadians better understand the terms and conditions of their credit card agreements.

- **“Train the Trainer”**

FCAC’s “Train the Trainer” program gives an overview of the Canadian financial services industry, along with plain-language information on consumers’ rights to open a bank account and cash a Government of Canada cheque for free. We offer the program and related materials, such as presentations and publications, to organizations and trainers willing and able to deliver the information to new immigrants and other community groups. This year, the YMCA of Greater Toronto, Option consommateurs in Montréal and the Success Skills Centre in Winnipeg delivered the program to various groups. FCAC continues to offer the program to interested organizations.



source of objective, high-quality financial consumer information and comment, FCAC enhances its reputation with Canadian journalists and media outlets.

- **Regional awareness campaign**

In 2006–07, we conducted a three-week regional campaign to raise public awareness of the Agency. Focusing on Atlantic Canada, we used paid print and radio advertising to promote two of our most popular publications: *Credit Cards and You* and *The Cost of Banking Guide*. Consumers were directed to our toll-free line and a newly created Web portal with an easy-to-remember address: **moneytools.ca**.

## Media relations

We explore all opportunities for raising public awareness about who we are, what we do and how our efforts benefit Canadians. We consider the media an important channel for conveying information about our work and our role in the financial sector, and for helping Canadians understand their rights and responsibilities in the financial marketplace.

FCAC continues to enjoy a positive relationship with the media, maintaining contact with a number of key reporters from a variety of news outlets across the country in both official languages.

Our work was covered in 467 news stories in 2006–07, an increase of 20 percent over the previous year. Media impressions totalled 35.7 million, up by 49 percent from 2005–06.<sup>1</sup>

The most popular topics this year were related to bank accounts, followed by credit cards, credit and loans.

In general, the Agency focused efforts in two areas:

- **Relationship-building with key media**

We continued to build a relationship with English and French media representatives, who come to us for information on everyday financial matters. By serving as a dependable

## Compliance and enforcement

### Protecting consumers

The Compliance and Enforcement Branch performs a number of tasks:

- It oversees and enforces the federal legislation that protects consumers in their dealings with financial institutions, and monitors the industry’s compliance with these laws.
- It monitors how well financial institutions implement and follow their voluntary codes of conduct and public commitments, which were adopted to better serve and protect consumers.
- It actively investigates issues arising from consumer complaints to identify areas where financial institutions have not followed the law, or have not met their responsibilities under a voluntary code or public commitment.
- It uses other methods to identify possible compliance problems in the marketplace, including industry-wide analyses (e.g. mystery shopping) and regular/special examinations of financial institutions.

<sup>1</sup> FCAC calculates media impressions by adding up the circulation figures of media that mentioned the Agency. This year’s total is underestimated because we could not obtain circulation figures for 94 media mentions.



- When an issue is found, the Branch recommends various measures, including entering into formal agreements with institutions, so that the problem is solved quickly to the benefit of all consumers.

Our supervision has a considerable impact on Canada's financial market. A single compliance case may lead to changes throughout the industry, and improvements for thousands or even millions of Canadians.

## Selected Commissioner's decisions

Throughout each fiscal year, the Commissioner makes numerous decisions on cases related to compliance matters. Following are summaries of a few notable decisions in 2006–07.

- **Failure to disclose the interest rate and the amount of non-interest charges on a credit card application form or when soliciting credit card applications**

FCAC completed an examination that began in February 2004 to determine whether the disclosure of interest and charges associated with various price-to-risk credit card products (sometimes referred to as "rate-as-low-as" or "RALA" products) offered by five banks complied with disclosure requirements set out in the *Cost of Borrowing (Banks) Regulations*. For price-to-risk credit cards, the issuer sets the interest rate based on, among other factors, the credit history of the applicant. For the credit card products reviewed, the issuer disclosed a range of rates or a list of several possible rates for which the applicant might be eligible.

The examination focused on the disclosure of interest and fees in application forms and solicitations for credit card products that were price-to-risk products available in the Canadian marketplace. Specifically, we reviewed the mail-out and in-branch application forms, as well as Internet and telephone solicitation scripts and procedures for these credit card products.

The review found that several products did not meet the regulatory disclosure requirements: they did not provide key pieces of information (e.g. the applicable interest rate and non-interest charges) to consumers before the issuing of a credit card and credit agreement, as required by the Regulations.

The Commissioner determined that five financial institutions violated section 11 of the *Cost of Borrowing (Banks) Regulations*. A total of 13 violations were involved, for which the Commissioner assessed a total of \$70,000 in Administrative Monetary Penalties.

As a result of FCAC's examination, consumers will be better informed of the costs associated with these financial products. For example, some banks amended procedures, allowing applicants to find out the interest rate before receiving the credit card.

- **Failure to disclose in writing to customers and the public all charges applicable to personal deposit accounts, a list of which should be displayed at each branch of a bank**

During an on-site examination of a bank in 2006, FCAC discovered a consumer complaint made to the institution in January 2003 about an overdraft charge of \$40 for eight items appearing on the consumer's monthly statement (\$5 per item). The customer claimed that the charge was not consistent with how the bank had disclosed that it would charge for overdraft items. After investigating the complaint, we found that overdraft fees had been properly charged for seven of the transactions but not for the eighth.

In this one case, the charge resulted from a computer error, which the bank failed to detect and correct when it initially reviewed the complaint in 2003. The computer error could have led to similar unjustified overdraft charges for other consumers.

The Commissioner found that a violation of the *Disclosure of Charges (Banks) Regulations* had occurred. He imposed an Administrative Monetary Penalty of \$5,000.

As a result of our inquiry in March 2006, the bank became aware that a computer error had been responsible for some unjustified overdraft charges. The bank corrected the error in May 2006. It also voluntarily undertook to reimburse consumers affected by the error.

- **Failure to properly disclose the conditions for opening a deposit account and the identification requirements for cashing a Government of Canada cheque**

In the annual examination filed November 1, 2004, FCAC noted that a bank had failed to display and make available in its branches copies of a publication that disclosed the conditions to be met by an individual requesting to open a deposit account and the personal identification required for cashing a Government of Canada cheque. Disclosure of these conditions is required by the *Access to Basic Banking Services Regulations*, sections 13(a) and 14(a). The Regulations have been in force since September 30, 2003.

The bank's publication contained errors and was not displayed. The bank's employees, however, had received the correct information during training on the Regulations. In no case did the bank refuse to open a deposit account or cash a Government of Canada cheque because a customer did not meet the conditions set out in the Regulations. We also had no record of previous complaints or violations involving this institution.

The Commissioner issued a Notice of Violation against the bank, with a penalty of \$5,000. The bank corrected its publication and paid the penalty.

## Key compliance activities

### Price-to-risk credit card products

We continue to monitor the various price-to-risk credit card and other loan products offered to consumers by federally regulated financial institutions; our aim is to ensure that these meet all requirements set out in the *Cost of Borrowing Regulations*. The Agency will also continue to provide the industry with information on interpretations of previous Commissioner's decisions.



## Compliance monitoring

FCAC monitored whether federally regulated financial institutions complied with the consumer provisions in legislation to which they are subject. Our work involved a number of tasks:

### • Annual examinations

We carried out our annual general examination of all federally regulated financial institutions to assess their overall compliance with the consumer provisions.

As in the previous year, we found that federally regulated financial institutions are generally meeting their statutory obligations. We will address individually any compliance issue brought to light by the examination.

### • On-site examinations

From time to time, FCAC may have reason to believe that compliance issues exist with a particular federally regulated financial institution. In such a situation, we may conduct an on-site examination of the institution to identify the issues and determine the most appropriate way of resolving them.

In 2006–07, we undertook one on-site examination to ensure that the institution interpreted and applied self-reporting activities in a manner consistent with the FCAC compliance framework.

### • Improving disclosure to borrowers

In 2005–06, the Commissioner issued a decision on disclosure to multiple borrowers on a single loan. As a result of the decision, FCAC requested that all federally regulated financial institutions review their practices to ensure that disclosure was provided to each borrower on a loan, or else jointly with the consent in writing of each borrower.

In 2006–07, we continued to work with financial institutions to help ensure that they met this obligation or that non-compliant institutions had action plans in place enabling them to meet it.

### • Addressing key consumer issues with industry

One of FCAC's primary objectives is to ensure that compliance deficiencies identified in the financial services marketplace are addressed



and rectified in a timely manner. To help achieve this goal, from time to time we will seek to address key issues through discussions with the industry, rather than the standard case-by-case compliance process. This approach can bring more rapid, substantial and widespread changes in the market, to the benefit of all consumers.

In 2006–07, the Agency raised two issues with major industry players: provision of monthly statements for delinquent or cancelled credit card accounts; and disclosure related to promotional offers for transferring the balance on credit card accounts.

Financial institutions have agreed to increase public visibility of their codes and commitments. This includes providing FCAC's contact information should a consumer feel that an institution has not lived up to its commitments. In 2006–07, we began monitoring compliance with this agreement, which will help ensure that consumers are well informed.

### Improving the compliance process

As in previous years, we continued to refine our compliance procedures to ensure that they remain efficient and effective. In 2006–07, we enhanced our risk-based approach to enforcement by focusing on substantial and systemic cases with a broad impact on consumers. We also continued to refine and enhance our case processing:

- We revised our case evaluation method to further promote our risk-based approach to enforcement. The new method also helps ensure that the Agency's compliance resources are used effectively and that the administrative burden on financial institutions is reduced.
- We updated our case management system to better capture the nature of cases under review and improve reporting.

### Compliance workshops for financial institutions

Through our ongoing dealings with various federally regulated financial institutions, we recognized a need for better information on their general and specific obligations under FCAC's compliance framework.

In response, we began to develop a comprehensive compliance workshop for federally regulated financial institutions. This is designed specifically

to help them understand and meet their obligations. The workshop consists of a series of modules that together cover all aspects of FCAC's compliance framework, including our compliance mandate, the various legislative and regulatory requirements for disclosure and filing, our case processing procedures, and our position on key compliance issues.

We expect to offer these workshops in both official languages during 2007–08. The workshops will be available to all federally regulated financial institutions and can be tailored to meet the specific compliance needs of individual institutions.

### New legislation and regulations

While FCAC does not have a policy mandate, the Agency is well positioned to provide its expertise on consumer-related issues in the financial sector. This is based on our front-line experience with consumers, our enforcement expertise and our growing compliance database.

In June 2006, the Government of Canada released a policy paper outlining proposed changes to the legislative framework governing the federal financial sector. The proposed changes included a number of consumer-focused improvements and additions designed to enhance consumer protection in Canada's financial services industry. The changes were enacted into law in March 2007 with the passing of Bill C-37, *An Act to amend the law governing financial institutions and to provide for related and consequential matters*.

During 2006–07, we provided support to the government's policy development activities through our regular reporting mechanisms on key compliance issues. In addition, on request we provided information about specific consumer issues in the financial sector.

We will provide similar support during 2007–08 as the federal government develops regulations to implement the new legislation. We will also help ensure that federally regulated financial institutions take timely and effective action to reflect the new legislation and regulations. And we will help ensure ongoing compliance with the amended policy framework.

# Responding to the *concerns* of *Canadians*





## Inquiries and complaints

In reporting annually to Parliament, the Agency must provide information regarding the number and type of issues brought to its attention. The following provides a thorough breakdown of this information. During 2006–07 we received thousands of inquiries, requests and complaints. The charts and tables on the following pages provide a detailed report on what Canadians are concerned about, which parts of the country we hear from most often and which issues we hear about the most.

FCAC serves consumers from all over Canada. **Table 2** shows the number of inquiries and complaints we received in 2006–07. In total, we were contacted 35,290 times.

**Table 2: Total contacts received by FCAC, by location**

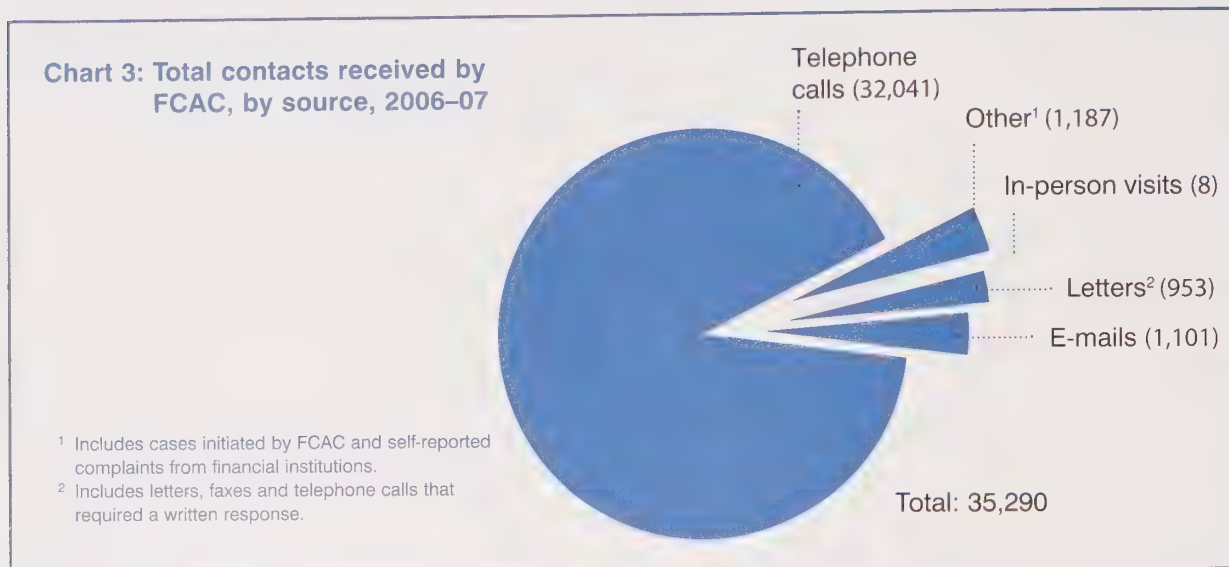
	2005–06 <sup>1</sup>	2006–07
Alberta	4,190	3,274
British Columbia	4,685	3,834
Manitoba	1,601	1,283
New Brunswick	1,203	1,159
Newfoundland and Labrador	618	583
Northwest Territories	57	47
Nova Scotia	1,139	1,063
Nunavut	62	46
Ontario	11,976	10,087
Prince Edward Island	164	143
Quebec	11,423	11,016
Saskatchewan	1,165	851
Yukon	23	15
USA	109	101
International, other than USA	65	39
Unknown <sup>2</sup>	1,338	1,749
<b>Total</b>	<b>39,818</b>	<b>35,290</b>

<sup>1</sup> In late 2005–06, FCAC enhanced its data processing system to track outreach activities more closely.

A small number of outreach contacts (251) were recorded in the database.

<sup>2</sup> The location was not indicated by the person contacting FCAC.

**Chart 3** shows how we receive inquiries and complaints from consumers (telephone, e-mail, letters and in-person visits). Telephone continued to be the preferred way for consumers to get in touch with us, accounting for more than 90 percent of contacts.



**Chart 4** gives a breakdown of inquiries about federally regulated financial institutions. Banks were the subject of 91.5 percent of these inquiries during the year.

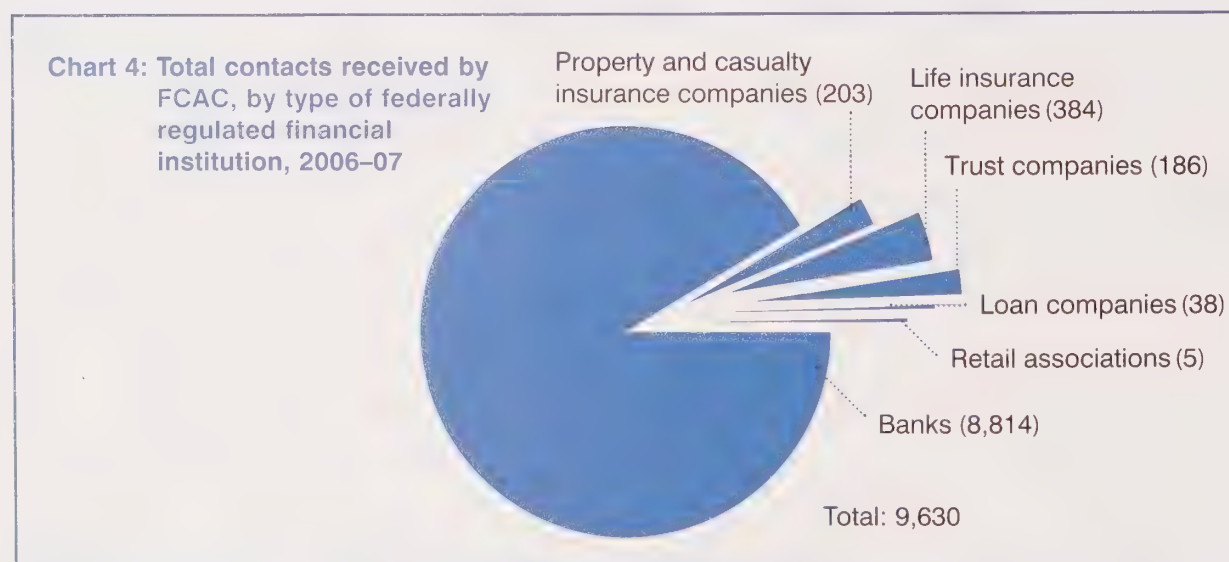
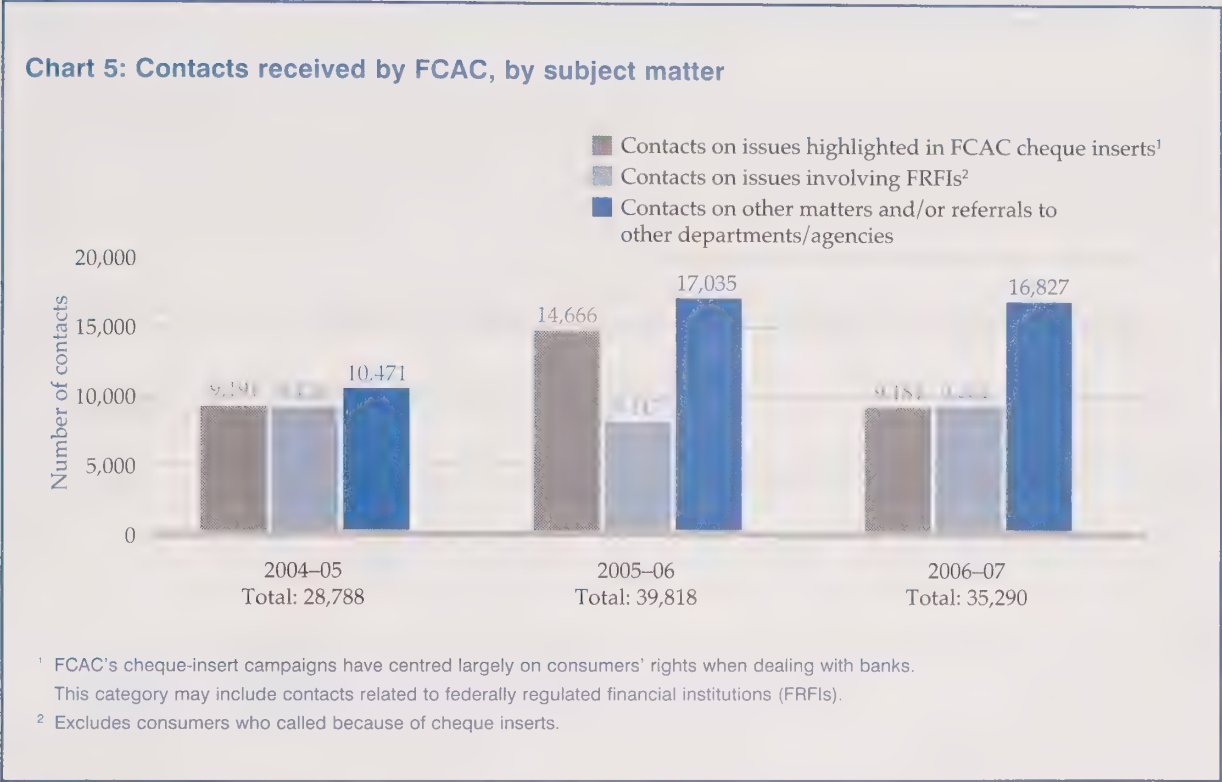




Chart 5 gives a breakdown of the inquiries and complaints we received, organized according to three general subject areas.



**Table 3** shows the number of inquiries and complaints, and the range of topics about which we were contacted during the year, excluding compliance issues. The top three areas of concern to consumers who contacted us were direct deposits, credit bureaus and cheques.

**Table 3: Inquiries and complaints received excluding compliance matters, by category,<sup>1</sup> 2006–07**

CATEGORY	INQUIRIES	COMPLAINTS	TOTAL
<b>ACCOUNTS</b>			
ABMs	20	32	52
Access to funds	52	89	141
Account agreements	13	16	29
Account fees	37	69	106
Account information	228	13	241
Bill payments (in-branch)	5	8	13
Cheques	835	261	1,096
Closed	44	70	114
Collection	11	33	44
Debit cards	46	42	88
Direct deposits	3,150	10	3,160
Drafts and money orders	6	34	40
Fraud	26	31	57
Interest rates	10	14	24
Internet banking	10	18	28
Opening	493	109	602
Overdraft	6	15	21
Point-of-sale purchases	8	7	15
Pre-authorized debits	18	44	62
Privacy issues	16	25	41
Quality of service	1	18	19
Record retention	2	1	3
Requests for statistics or data	2	0	2
Right of offset	65	119	184
Statements	21	20	41
Telephone banking	2	3	5
Tied selling	1	0	1
Transfers	33	68	101
Other	11	7	18
<b>Subtotal</b>	<b>5,172</b>	<b>1,176</b>	<b>6,348</b>



**Table 3: Inquiries and complaints received excluding compliance matters, by category,<sup>1</sup> 2006–07 (continued)**

CATEGORY	INQUIRIES	COMPLAINTS	TOTAL
<b>CREDIT</b>			
Collection	97	326	423
Credit bureaus	972	141	1,113
Credit counselling	218	2	220
<b>Subtotal</b>	<b>1,287</b>	<b>469</b>	<b>1,756</b>
<b>CREDIT CARDS</b>			
Account information	244	17	261
Activation	32	5	37
Applications	175	50	225
Bill payments	305	189	494
Cancellations	101	42	143
Cardholder agreements	39	10	49
Collection	17	103	120
Complaint-handling procedures	2	8	10
Convenience cheques	5	11	16
Debt management	12	6	18
Deposits (secured only)	0	3	3
Fees	56	58	114
Fraud	35	45	80
Insurance	33	24	57
Interest rates	66	64	130
Internet banking	3	1	4
Issuers	222	6	228
Lost or stolen	8	2	10
Point-of-sale purchases	6	8	14
Pre-authorized payments	12	20	32
Privacy issues	8	9	17
Quality of service	6	28	34
Regulatory information	18	0	18
Requests for statistics or data	6	0	6
Reward plans	24	9	33
Solicitation	26	76	102
Telephone banking	0	2	2
Tied selling	1	0	1
Transfer of balances	9	8	17
Other	29	5	34
<b>Subtotal</b>	<b>1,500</b>	<b>809</b>	<b>2,309</b>

**Table 3: Inquiries and complaints received excluding compliance matters, by category,<sup>1</sup> 2006–07 (continued)**

CATEGORY	INQUIRIES	COMPLAINTS	TOTAL
<b>FINANCIAL INSTITUTIONS</b>			
Bills and coins	13	16	29
Branches	18	10	28
Branch closures	29	40	69
Complaint-handling procedures	43	87	130
Contact information	1,885	4	1,889
Estate matters	52	49	101
Exchange rates	34	9	43
Legitimacy	390	3	393
Maximum interest rate	24	0	24
Quality of service	24	150	174
Regulatory information	203	16	219
Safety deposit boxes	8	15	23
Other	62	12	74
<b>Subtotal</b>	<b>2,785</b>	<b>411</b>	<b>3,196</b>
<b>GENERAL INQUIRIES</b>			
FCAC	363	29	392
Pre-paid cards	13	4	17
Referrals to other departments or organizations	12,206	1,035	13,241
Regulatory information	106	4	110
Refusals to change large bills	1	0	1
Publications <sup>2</sup>	1,820	8	1,828
Small/medium-sized enterprises	91	3	94
Other	237	11	248
<b>Subtotal</b>	<b>14,837</b>	<b>1,094</b>	<b>15,931</b>
<b>INSURANCE</b>			
Car	132	119	251
Home	71	85	156
Life and health	115	146	261
Lines of credit	0	1	1
Loan	0	5	5
Mortgage	7	12	19
Small/medium-sized enterprises	6	2	8
Travel	8	6	14
Not specified	63	28	91
<b>Subtotal</b>	<b>402</b>	<b>404</b>	<b>806</b>



**Table 3: Inquiries and complaints received excluding compliance matters, by category,<sup>1</sup> 2006-07 (continued)**

CATEGORY	INQUIRIES	COMPLAINTS	TOTAL
<b>INVESTMENTS</b>			
Canada Savings Bonds	302	12	314
Guaranteed investment certificates	31	63	94
Life Income Funds	10	8	18
Mutual funds	41	41	82
Pensions	140	23	163
Registered Education Savings Plans	386	37	423
Registered Retirement Income Funds	10	9	19
Registered Retirement Savings Plans	120	81	201
Stocks	33	38	71
Not specified	70	53	123
<b>Subtotal</b>	<b>1,143</b>	<b>365</b>	<b>1,508</b>
<b>LOANS</b>			
Car loans	101	56	157
Leases	4	5	9
Lines of credit	49	52	101
Mortgages	195	252	447
Payday loans	41	36	77
Personal loans	81	99	180
Student loans	108	31	139
Not specified	119	146	265
<b>Subtotal</b>	<b>698</b>	<b>677</b>	<b>1,375</b>
<b>Grand total</b>	<b>27,824</b>	<b>5,405</b>	<b>33,229</b>

<sup>1</sup> Also excluded are media contacts and outreach contacts.

<sup>2</sup> These contacts represent requests or inquiries strictly about publications.

Not included is any case in which the consumer also had questions on another topic.

# Compliance issues

**Table 4** shows the number and types of compliance inquiries and complaints we received during the past two fiscal years. The total number of compliance contacts was up by 20 percent from 2005–06.

**Table 4: Total compliance contacts received, by category<sup>1</sup>**

	2005–06 <sup>2</sup>	2006–07
<b>Codes of conduct and public commitments</b>		
Complaints	117	120
Inquiries	7	1
Self-reported complaints <sup>3</sup>	18	15
Media inquiries	1	0
<b>Consumer provisions</b>		
Complaints	336	262
Inquiries	9	6
Self-reported complaints	695	1,054
Media inquiries	2	0
<b>Filings</b>	<b>152</b>	<b>124</b>
<b>Total</b>	<b>1,337</b>	<b>1,582</b>

<sup>1</sup> For definitions of terms, see Appendix A (Glossary).

<sup>2</sup> The 2005–06 figures have been restated since the publication of the 2005–06 Annual Report to more accurately reflect the year's activities.

<sup>3</sup> To date, the Commissioner has not exercised his right to require financial institutions to self-report complaints related to codes of conduct or public commitments. Instead, the Commissioner has agreed that a financial institution can either self-report or improve public awareness of its codes and commitments.



**Table 5** gives an overview of FCAC's compliance caseload by type of compliance issue. In 2006–07, we opened 1,575 compliance cases — up almost 20 percent from the previous year's 1,316. By year's end, we had handled and closed 1,495 of the cases, compared with 1,385 closed in 2005–06.

**Table 5: Compliance matters relating to consumer provisions, codes of conduct, public commitments and required filings<sup>1</sup>**

Consumer provisions	Cases pending at end of 2005–06	Cases opened during 2006–07	Cases closed during 2006–07	Cases pending at end of 2006–07
<b>Accounts</b>				
Charging fees without express agreement	1	1	2	0
Disclosure of charges	9	47	47	9
Disclosure of charges when account is opened	10	83	81	12
Disclosure of interest rates on accounts and method of calculation	3	9	7	5
Disclosure of required information in written notice of refusal	2	0	2	0
Displaying and making available information on the <i>Access to Basic Banking Services Regulations</i>	3	0	3	0
General	1	9	9	1
Provision of account agreements and complaint procedures	2	12	9	5
Provision of advance notice for new and/or increased charges	12	86	77	21
Provision of advance notice for new and/or increased charges to second account	0	2	1	1
Provision of written notice of refusal	4	2	6	0
Refusal to open — General	28	84	87	25
Refusal to open because of bankruptcy	1	1	2	0
Refusal to open because of credit history	18	16	28	6
Refusal to open because of lack of employment	1	0	1	0
Refusal to open because of lack of proper identification	11	47	48	10
<b>Branch closures</b>				
General	0	4	2	2
Provision of required notice	0	6	3	3
Requests for public meetings	0	8	5	3
Requests to vary notification requirements	0	1	1	0
<b>Coercive tied selling</b>				
Displaying and making available notice relating to the prohibition on coercive tied selling	3	0	3	0
General	4	22	21	5
<b>Complaint procedures</b>				
Designation of committee to monitor procedures	2	0	2	0
Establishment of complaint-handling procedures	2	3	4	1
Failure to meet filing requirements	2	0	2	0
Requirement for FRFI <sup>2</sup> other than a bank to be a member of a third-party dispute resolution organization	6	1	3	4

**Table 5: Compliance matters relating to consumer provisions, codes of conduct, public commitments and required filings<sup>1</sup> (continued)**

Consumer provisions	Cases pending at end of 2005-06	Cases opened during 2006-07	Cases closed during 2006-07	Cases pending at end of 2006-07
<b>Cost of borrowing — General</b>	3	2	4	1
<b>Credit cards</b>				
Disclosure in plain language	0	2	1	1
Disclosure of changes to non-interest charges	1	8	7	2
Disclosure of changes to the cost of borrowing or credit agreement	5	88	67	26
Disclosure of cost of borrowing expressed as a rate per annum	3	7	6	4
Disclosure of cost of borrowing when issued	20	72	65	27
Disclosure of non-interest charges when issued	8	35	33	10
Disclosure of required information in monthly statements	3	3	3	3
Disclosure of required information in advertisements	2	2	3	1
Disclosure of required information in application forms	5	6	8	3
Disclosure relating to optional services	6	53	51	8
General	2	21	15	8
Provision of monthly statements	44	112	95	61
<b>Disclosure of charges for services</b>	3	41	17	27
<b>Disclosure of cheque holding policy</b>	11	36	40	7
<b>Disclosure of interest rates in advertisements</b>	0	1	0	1
<b>Disclosure of interest rates — General</b>	5	14	13	6
<b>Examination — Institution-specific</b>	1	1	0	2
<b>Failure to inform how to contact FCAC</b>	2	1	3	0
<b>Government of Canada cheques</b>				
Displaying and making available information on the <i>Access to Basic Banking Services Regulations</i>	1	0	1	0
Fee charged for cashing	2	10	7	5
Provision of written notice of refusal	1	0	1	0
Refusal to cash	9	21	24	6
<b>Index-linked deposits — Disclosure of required information</b>	0	6	6	0
<b>Lines of credit</b>				
Disclosure of changes to the cost of borrowing or credit agreement	5	28	27	6
Disclosure of cost of borrowing expressed as a rate per annum	0	3	2	1
Disclosure of cost of borrowing when issued	5	21	21	5
Disclosure of non-interest charges when issued	1	2	3	0
Disclosure of prepayment rights	0	2	2	0
Disclosure of required information in advertisements	2	0	1	1
Disclosure relating to optional services	0	7	5	2
General	3	6	7	2
Provision of monthly statements	8	28	29	7



**Table 5: Compliance matters relating to consumer provisions, codes of conduct, public commitments and required filings<sup>1</sup> (continued)**

Consumer provisions	Cases pending at end of 2005-06	Cases opened during 2006-07	Cases closed during 2006-07	Cases pending at end of 2006-07
<b>Loans</b>				
Disclosure of changes to the cost of borrowing or credit agreement	8	9	10	7
Disclosure of cost of borrowing expressed as a rate per annum	1	1	1	1
Disclosure of cost of borrowing when issued	6	11	8	9
Disclosure of information relating to loan repayments, rebates or charges	0	1	1	0
Disclosure of non-interest charges when issued	0	1	1	0
Disclosure of required information in advertisements	0	1	0	1
Disclosure of required information following a missed payment	0	1	0	1
Disclosure relating to optional services	1	2	3	0
General	4	8	6	6
Provision of annual statements	7	11	7	11
<b>Mortgages</b>				
Disclosure in plain language	1	0	1	0
Disclosure of changes to the cost of borrowing or credit agreement	11	29	31	9
Disclosure of cost of borrowing when issued	7	40	33	14
Disclosure of cost of borrowing expressed as a rate per annum	0	5	4	1
Disclosure of information relating to loan repayments, rebates or charges	11	54	48	17
Disclosure of non-interest charges when issued	1	15	13	3
Disclosure provided within a stipulated time frame	0	1	0	1
Disclosure of required information in advertisements	0	1	1	0
Disclosure relating to optional services	0	14	10	4
General	5	13	15	3
Provision of annual statements	0	1	0	1
Requirement to provide 21 days' notice before mortgage renewal date	5	6	8	3
<b>Provision of Public Accountability Statement</b>	<b>3</b>	<b>8</b>	<b>1</b>	<b>10</b>
<b>Subtotal</b>	<b>357</b>	<b>1,316</b>	<b>1,225</b>	<b>448</b>
<b>Codes of conduct and public commitments</b>				
<b>Codes of conduct</b>				
Authorized insurance activities	4	14	13	5
Debit card code	25	54	53	26
Small Business Banking Code of Conduct	1	11	10	2
<b>Subtotal</b>	<b>30</b>	<b>79</b>	<b>76</b>	<b>33</b>

**Table 5: Compliance matters relating to consumer provisions, codes of conduct, public commitments and required filings<sup>1</sup> (continued)**

Codes of conduct and public commitments	Cases pending at end of 2005–06	Cases opened during 2006–07	Cases closed during 2006–07	Cases pending at end of 2006–07
<b>Public commitments</b>				
Agreement to offer low-cost accounts	2	0	2	0
Accessibility of complaint procedures	3	11	11	3
Credit cards — General	1	0	1	0
Credit cards — Visa E-Promise	0	1	1	0
Credit cards — Zero liability	9	30	29	10
Guidelines for the Transfer of Registered Plans	1	6	4	3
Undertaking on unsolicited services	2	8	9	1
<b>Subtotal</b>	<b>18</b>	<b>56</b>	<b>57</b>	<b>17</b>
<b>Filings</b>				
	Filings pending at end of 2005–06	Filings received during 2006–07	Filings closed during 2006–07	Filings pending at end of 2006–07
<b>Branch closures</b>				
Provision of closure notice	4	71	75	0
Provision of closure notice — Less than 500 metres <sup>3</sup>	0	25	24	1
Provision of notice for in-store, agency or satellite branches <sup>3</sup>	0	4	4	0
Provision of notice for temporary closure <sup>3</sup>	0	1	1	0
<b>Provision of complaint-handling procedures by new institutions</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>12</b>	<b>1</b>
<b>Public Accountability Statements</b>	<b>7</b>	<b>14</b>	<b>16</b>	<b>5</b>
<b>Revised complaint-handling procedures<sup>3</sup></b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>5</b>	<b>0</b>
<b>Subtotal</b>	<b>20</b>	<b>124</b>	<b>137</b>	<b>7</b>
<b>Grand total 2006–07</b>	<b>425</b>	<b>1,575</b>	<b>1,495</b>	<b>505</b>

<sup>1</sup> In some areas reclassification has necessitated restatement of the 2005–06 data. FCAC may reclassify a case in which further investigation reveals that the complaint or inquiry relates to a different issue from that originally identified.

<sup>2</sup> FRFI: federally regulated financial institution.

<sup>3</sup> These filings are not required by legislation but were submitted by the financial institutions concerned to keep the Commissioner informed. No filing is required if a branch relocates to a site within 500 metres of its previous place of business.



Table 6 presents the outcome of the 11 compliance cases closed in 2006–07 on which the Agency took action. In all cases, the Commissioner found violations of federal statutes.

**Table 6: Compliance cases closed where action was taken, 2006–07**

Consumer provisions	Number of cases closed with violations	Number of violations identified	Commissioner's decisions
<b>Accounts</b>			
Failure to display and make available information on the <i>Access to Basic Banking Services Regulations</i> <sup>1</sup>	1	1	1 Notice of Violation and Administrative Monetary Penalty (\$5,000)
Failure to disclose charges	1	1	1 Notice of Decision and Administrative Monetary Penalty (\$5,000)
<b>Credit cards</b>			
Failure to provide monthly statements	1	1	1 Notice of Decision and Administrative Monetary Penalty (\$5,000)
Failure to disclose cost of borrowing expressed as a rate per annum	2	2	2 Notices of Decision, no Administrative Monetary Penalty
Failure to disclose cost of borrowing when card issued	3	2	1 Notice of Decision and Administrative Monetary Penalty (\$20,000)
Failure to disclose required information in application forms	2	9	1 Notice of Decision and Administrative Monetary Penalty (\$30,000) 1 Notice of Decision and Administrative Monetary Penalty (\$20,000)
<b>Government of Canada cheques</b>			
Failure to display and make available information on the <i>Access to Basic Banking Services Regulations</i> <sup>1</sup>	1	1	See note 1, below.
<b>Total</b>	<b>11</b>	<b>17</b>	<b>\$85,000 in Administrative Monetary Penalties<sup>2</sup></b>

<sup>1</sup> The Commissioner issued the same Notice of Violation and imposed the same Administrative Monetary Penalty (\$5,000) for these two cases.

<sup>2</sup> Because they use accrual accounting, FCAC Financial Statements report the total Administrative Monetary Penalties as \$101,000.

This amount includes an additional \$16,000 in penalties assessed in 2006–07 for cases that were not yet closed at that year's end.

Table 7 shows the number of cases closed during the year that were related to consumer provisions.

**Table 7: Cases closed relating to the consumer provisions, by type of disposition,<sup>1</sup> 2006–07**

**Consumer provisions**

**Accounts**

- Charging fees without express agreement
- Disclosure of charges
- Disclosure of charges when account is opened
- Disclosure of interest rates on accounts and method of calculation
- Disclosure of required information in written notice of refusal
- Displaying and making available information on the *Access to Basic Banking Services Regulations*
- General
- Provision of account agreements and complaint procedures
- Provision of advance notice for new and/or increased charges
- Provision of advance notice for new and/or increased charges to second account
- Provision of written notice of refusal
- Refusal to open — General
- Refusal to open because of bankruptcy
- Refusal to open because of credit history
- Refusal to open because of lack of employment
- Refusal to open because of lack of proper identification

**Branch closures**

- Provision of required notice
- Requests for public meetings
- General
- Requests to vary notification requirements

**Coercive tied selling**

- Displaying and making available notice relating to the prohibition on coercive tied selling
- General

**Complaint procedures**

- Establishment of complaint-handling procedures
- Failure to meet filing requirements
- Requirement for FRFI<sup>4</sup> other than a bank to be a member of a third-party dispute resolution organization
- Designation of committee to monitor procedures

**Cost of borrowing**

**Credit cards**

- Disclosure in plain language
- Disclosure of changes to non-interest charges
- Disclosure of changes to the cost of borrowing or credit agreement
- Disclosure of cost of borrowing expressed as a rate per annum
- Disclosure of cost of borrowing when issued



Addressed at the industry level	Addressed in a Compliance Agreement <sup>2</sup>	Non-substantive	Non-violation	Not a compliance matter <sup>3</sup>	Other	Violation	Withdrawn	Not granted	Granted	Examination complete	Total number of cases closed
		1					1				2
		3	37	5		1	1				47
			74	7							81
			7								7
			2								2
			2			1					3
				7			2				9
		2	6	1							9
			70	3			4				77
			1								1
1			3		1		1				6
	3	1	63	17	1		2				87
			1				1				2
	2		18	2	2		4				28
							1				1
	1	1	42	3			1				48
		1	2								3
							3	2			5
			2								2
									1		1
			3								3
		1	15	4			1				21
			4								4
			2								2
		1	2								3
			2								2
			4								4
			1								1
			7								7
1		1	61	1			3				67
			4			2					6
5		1	51	3		3	1			1	65

**Table 7: Cases closed relating to the consumer provisions, by type of disposition,<sup>1</sup> 2006–07 (continued)**

**Consumer provisions**

Disclosure of non-interest charges when issued  
 Disclosure of required information in monthly statements  
 Disclosure of required information in an advertisement  
 Disclosure of required information in application forms  
 Disclosure relating to optional services  
 General  
 Provision of monthly statements

**Disclosure of charges**

**Disclosure of cheque holding policy**

**Disclosure of interest rates — General**

**Failure to inform how to contact FCAC**

**Government of Canada cheques**

Displaying and making available information on the *Access to Basic Banking Services Regulations*  
 Fee charged for cashing  
 Provision of written notice of refusal  
 Refusal to cash

**Index-linked deposits — Disclosure of required information**

**Lines of credit**

Disclosure of changes to the cost of borrowing or credit agreement  
 Disclosure of cost of borrowing expressed as a rate per annum  
 Disclosure of cost of borrowing when issued  
 Disclosure of non-interest charges when issued  
 Disclosure of prepayment rights  
 Disclosure of required information in an advertisement  
 Disclosure relating to optional services  
 General  
 Provision of monthly statements

**Loans**

Disclosure of changes to the cost of borrowing or credit agreement  
 Disclosure of cost of borrowing expressed as a rate per annum  
 Disclosure of cost of borrowing when issued  
 Disclosure of information relating to loan repayments, rebates or charges  
 Disclosure of non-interest charges when issued  
 Disclosure relating to optional services  
 General  
 Provision of annual statements



Addressed at the industry level	Addressed in a Compliance Agreement <sup>2</sup>	Non-substantive	Non-violation	Not a compliance matter <sup>3</sup>	Other	Violation	Withdrawn	Not granted	Granted	Examination complete	Total number of cases closed
			31	1			1				33
		2		1							3
		1	2								3
		1	4	1		2					8
			43	8							51
2			5	8							15
8		17	61	4	1	1	3				95
			14	3							17
		2	36	2							40
		4	8	1							13
		1	1	1							3
						1					1
			6				1				7
			1								1
	4	1	11	3			5				24
		1	5								6
3		6	17		1						27
			2								2
4			16	1							21
			3								3
			2								2
			1								1
			4	1							5
1		2	3	1							7
9		2	17				1				29
1		2	6		1						10
			1								1
		1	5	2							8
				1							1
			1								1
			3								3
		3		2			1				6
		1	4	1	1						7

**Table 7: Cases closed relating to the consumer provisions, by type of disposition,<sup>1</sup> 2006–07 (continued)**

**Consumer provisions**

**Mortgages**

- Disclosure in plain language
- Disclosure of changes to the cost of borrowing or credit agreement
- Disclosure of cost of borrowing expressed as a rate per annum
- Disclosure of cost of borrowing when issued
- Disclosure of information relating to loan repayments, rebates or charges
- Disclosure of non-interest charges when issued
- Disclosure of required information in an advertisement
- Disclosure relating to optional services
- General
- Requirement to provide 21 days' notice before mortgage renewal date

**Provision of Public Accountability Statement**

**Total**

<sup>1</sup> For a definition of these terms, see Appendix A (Glossary).

<sup>2</sup> Compliance Agreements also include less formal action plans.

<sup>3</sup> After further review, it was decided that the case was not a compliance matter.

<sup>4</sup> FRFI: federally regulated financial institution.



Addressed at the industry level	Addressed in a Compliance Agreement <sup>2</sup>	Non-substantive	Non-violation	Not a compliance matter <sup>3</sup>	Other	Violation	Withdrawn	Not granted	Granted	Examination complete	Total number of cases closed
		1									1
4		12	10	5							31
			4								4
1		5	24	3							33
6			38	3			1				48
		1	10	1			1				13
			1								1
			8	1			1				10
		4	5	4	1		1				15
2		1	5								8
		1									1
<b>48</b>	<b>10</b>	<b>85</b>	<b>904</b>	<b>112</b>	<b>9</b>	<b>11</b>	<b>42</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1,225</b>

**Table 8** shows how FCAC dealt with cases related to codes of conduct and public commitments in 2006–07. We handled and closed 133 cases during the year; these dealt mostly with the debit card code and credit cards (zero liability).

**Table 8: Compliance cases closed relating to codes of conduct and public commitments,<sup>1</sup> by type of disposition, 2006–07**

	Compliance	Non-compliance	Withdrawn	Not a compliance matter <sup>2</sup>	Total cases closed during 2006–07
<b>Codes of conduct</b>					
Authorized insurance activities	10	0	0	3	13
Debit card code	32	8	10	3	53
Small Business Banking Code of Conduct	6	0	2	2	10
<b>Public commitments</b>					
Accessibility of complaint procedures	10	0	1	0	11
Agreement to offer low-cost accounts	2	0	0	0	2
Credit cards — General	0	0	0	1	1
Credit cards — Visa E-promise	1	0	0	0	1
Credit cards — Zero liability	24	1	4	0	29
Guidelines for the Transfer of Registered Plans	3	0	1	0	4
Undertaking on unsolicited services	5	3	0	1	9
<b>Total</b>	<b>93</b>	<b>12</b>	<b>18</b>	<b>10</b>	<b>133</b>

<sup>1</sup> For a definition of these terms, see Appendix A (Glossary) and Appendix C (Major codes of conduct and public commitments monitored by FCAC).

<sup>2</sup> After further review, it was decided that the case was not a compliance matter.



Table 9 shows how we managed complaints about branch closures during the past two years.

**Table 9: Matters related to branch closures**

	2005-06	2006-07
<b>Closure notices filed by financial institutions<sup>1</sup></b>	109	101
<b>Complaints received related to branch closures<sup>2</sup></b>	19	40
<b>Requests to change the branch closure notice requirements</b>		
Received	0	0
Pending	0	0
Granted	0	1
Not granted	0	0
<b>Requests for public meetings on branch closures<sup>3</sup></b>		
Received	4	7
Pending	0	3
Withdrawn	2	3
<b>Number of branches closing for which meeting requests were received, and meetings were or were not required</b>		
Branches for which meeting requests were received	3	8
Branches for which meetings were required by the Commissioner	0	0
Branches for which meetings were not required by the Commissioner <sup>4</sup>	2	2

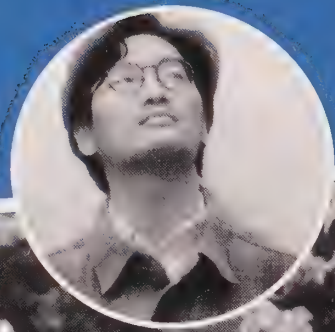
<sup>1</sup> This is the total number of branch closure filings, including filings for facilities not falling under the regulatory definition of a branch, as well as requests to vary the required notice.

<sup>2</sup> These are complaints related to branch closures; the complainants did not request a meeting.

<sup>3</sup> Some were multiple requests pertaining to the same branch.

<sup>4</sup> Institutions will often voluntarily hold a public meeting without a formal requirement from the Commissioner.

# FCAC's *operations*





# Operational roles and responsibilities

## Commissioner

The Commissioner of the Financial Consumer Agency of Canada is appointed for a period of up to five years. The position has been filled by Jim Callon in an acting capacity since November 1, 2006.

The Commissioner's responsibilities include:

- reporting to Parliament annually through the Minister of Finance, and to the Minister of Finance regularly, about the Agency's activities and findings;
- managing FCAC's operations, including all aspects of its programs, finances, administration and human resources;
- supervising 429 federally regulated financial institutions to determine whether they are complying with applicable consumer protection legislation, and with their own voluntary codes of conduct and public commitments; and
- providing national education initiatives to identify and meet consumers' needs for financial knowledge.

FCAC's Commissioner is an ex officio member of the Board of Directors of the Canada Deposit Insurance Corporation (CDIC). The Commissioner is also a member of the Financial Institutions Supervisory Committee, chaired by the Superintendent of Financial Institutions, as well as the Senior Advisory Committee, chaired by the Deputy Minister of Finance. In this latter capacity, the Commissioner adds his insights and consumer expertise to the policy advice provided by the committee to the Minister of Finance on key financial issues.

## Consumer Education and Public Affairs Branch

The *Financial Consumer Agency of Canada Act* mandates FCAC to promote consumer awareness about the obligations of financial institutions under the applicable consumer provisions, and to foster an understanding of financial services

and related issues. To fulfill this requirement, the Agency's Consumer Education and Public Affairs Branch is responsible for:

- producing information materials to enhance consumers' knowledge of financial institutions' legal obligations, and of financial products and services;
- carrying out research and surveys;
- disseminating information via the media, the FCAC Web site and stakeholders;
- reaching out to community groups, associations and other stakeholders;
- handling correspondence with consumers; and
- supporting the needs of FCAC's call centre (operated by CDIC).

## Compliance and Enforcement Branch

FCAC's Compliance and Enforcement Branch monitors financial institutions to ensure that they comply with the consumer provisions of the *Bank Act*, the *Trust and Loan Companies Act*, the *Insurance Companies Act*, and the *Cooperative Credit Associations Act*.

The consumer provisions are listed in Appendix B. Generally, they deal with:

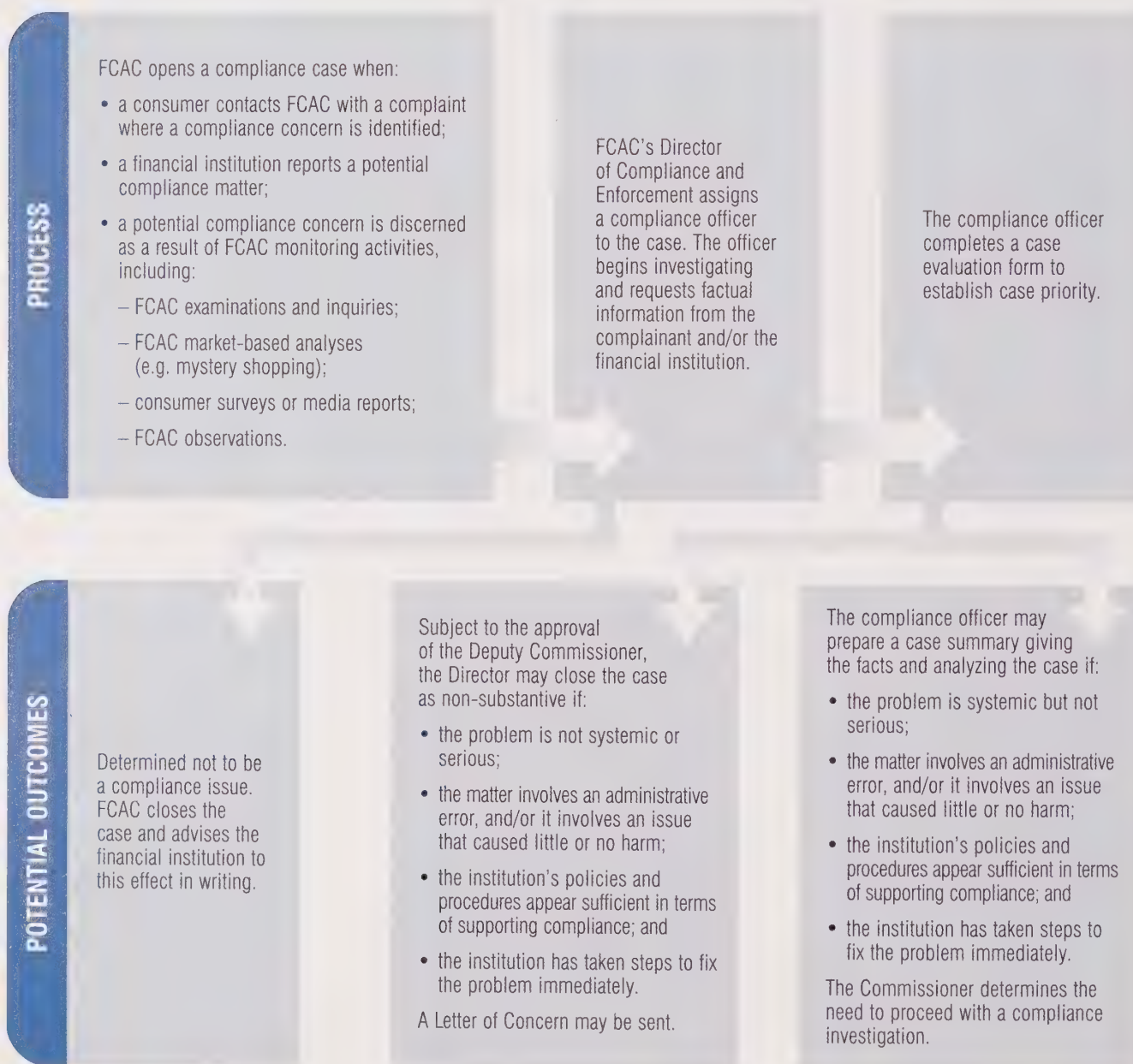
- opening retail deposit accounts;
- cashing federal government cheques;
- closing retail branches;
- coercive tied selling;
- disclosing cheque holding policies;
- providing information to consumers about FCAC when they have a complaint about a product or service;
- disclosing information about account charges and interest;
- producing Public Accountability Statements;
- establishing procedures for dealing with complaints; and
- disclosing the cost of borrowing.

The Branch also monitors and reports on compliance with voluntary codes of conduct and public commitments adopted by federally regulated financial institutions either directly or through an industry association. The codes cover topics such as debit cards and credit relations with small businesses.

In addition, the Branch is responsible for:

- investigating complaints and dealing with compliance issues related to the consumer provisions in any of the legislation within FCAC's jurisdiction;
- managing the Agency's compliance framework and ensuring that federally regulated financial institutions conform to it;
- monitoring the Agency's tracking systems to identify compliance trends;

**Chart 6: Compliance case management process, as of March 31, 2007**



- encouraging financial institutions to develop policies and procedures for implementing the consumer provisions that apply to them; and
- promoting a culture of compliance within federally regulated financial institutions.

Among the Branch's tools for monitoring compliance are market-based analyses (mystery shopping), consumer surveys, analyses of complaints and inquiries, annual and special examinations of federally regulated financial institutions, and studies by third parties.

FCAC meets regularly with financial institutions. Some of the meetings take place quarterly to share information on topics of common interest, such as monitoring activities, industry-wide compliance matters, and the Commissioner's position on compliance with legislation, regulations, voluntary codes and public commitments. The Agency's goal is to protect Canadian consumers of financial products and services, and to promote regulatory compliance. This requires cooperation from financial institutions.

The compliance officer investigates the matter, and provides facts and an analysis of the case in a compliance report, with a recommendation on the compliance measure that the Commissioner may consider.

The Commissioner:

- considers the compliance report;
- determines whether there are reasonable grounds to believe there is a violation; and
- if so, proposes an appropriate compliance measure.

If there are no reasonable grounds to believe that a violation has occurred, the Commissioner:

- closes the case; and/or
- enters into a Compliance Agreement with the financial institution.

Compliance measures may include:

- Compliance Agreement
- Notice of Violation, with proposed Administrative Monetary Penalty (up to \$100,000)
- Prosecution
- Restraining order

A Notice of Violation is issued, indicating the proposed Administrative Monetary Penalty (up to \$100,000).

The financial institution has 30 days to file representation.

The Commissioner decides whether a violation has occurred based on the balance of probabilities, and imposes the proposed Administrative Monetary Penalty or a lesser one.

The financial institution may appeal to the Federal Court.



## Administrative Services

FCAC's Administrative Services manage finances, human resources, access to information and privacy issues, facilities, records, informatics, security, occupational health and safety, mail and courier services, and the distribution of publications.

We contract with the Office of the Superintendent of Financial Institutions for human resources, internal audit services, financial services and resource/library services, and with Public Works and Government Services Canada for technology and communications services.

## Legal Services

The Department of Justice Canada provides FCAC with legal services. A senior counsel from the Department is part of our management team and reports directly to the Commissioner, advising on all aspects of the Agency's mandate and operations.

## Modern management

FCAC is committed to effective, citizen-focused programs that reflect the Agency's Results-based Management and Accountability Framework (RMAF). When and where required, we implement and update our action plan for improving our management processes. This year, we continued to concentrate efforts in the following four categories.

### 1) Integrated performance information

The RMAF remains the cornerstone of FCAC's performance evaluation strategy. The framework includes:

- a logic model that ensures the Agency's program of planned activities, related outputs and intended outcomes conforms to its legislated mandate;
- an evaluation strategy that presents the evaluation issues, questions and data; and
- a reporting strategy.

The performance indicators and methodology for FCAC's evaluation strategy and plan use data from our extensive and ongoing performance measurement. Our Web-based Integrated Case Management System captures data and information related to our consumer contacts. We continuously enhance our data capturing and tracking systems to ensure that the information required by the RMAF is collected and used effectively and efficiently for reporting and decision-making purposes.

FCAC's annual *Program and Performance Management Evaluation Report* (available on our Web site) consolidates the Agency's achievements and results for each fiscal year. The report also compares actual results with performance targets and commitments for the year. These targets and commitments are an integral part of FCAC's business plan.

To effectively monitor operations, we produce weekly, biweekly and monthly statistical and managerial reports. In 2006–07, we also developed and produced quarterly scorecards for specific data and performance indicators, as defined by the business plan.

In addition, on a trial basis we introduced a performance measurement framework to guide FCAC projects and ensure that they are the best means to achieve the Agency's strategic goals. In 2007–08, we aim to expand the performance measurement framework to all pertinent projects.

In 2005–06, FCAC engaged in a benchmarking exercise with other national and international organizations to refine and reaffirm our performance standards. As follow-up, we have introduced performance targets and commitments for services to consumers. To ensure that we fulfill these targets and commitments expeditiously to meet consumers' needs, we continue to review the Agency's processes and procedures, particularly those related to our Consumer Contact Centre and our Correspondence Unit.

Finally, we carried out the Agency's first stakeholder and partner survey. An important tool of the RMAF, the survey allows us to assess various program elements. The results provide benchmarks that we will use to monitor progress in selected program areas. We intend to repeat the survey every three years.

## **2) Human resources**

In 2006–07, we carried out our second Human Resources Plan. This is a process for reviewing critical positions, new positions required (as identified by our business plan), expected retirements, essential skills, training requirements and development opportunities. Following human resources assessments conducted by senior management, we completed our staffing plan for 2007–08.

We again surveyed our employees to gain their perspective on various organizational issues and gauge their level of satisfaction in relation to these issues. Staff members continue to rate the Agency highly as a good place in which to work.

## **3) Integrated risk management**

In the past fiscal year we updated some elements of FCAC's risk profile. We also developed and updated, where pertinent, risk management reports for monitoring progress on implementation of principal risk-mitigating efforts. At least annually, we present follow-up reports to the Agency's Audit Committee.

Our 2007–09 business plan incorporates some of our major risks, along with efforts that will help mitigate these risks.

## **4) Rigorous stewardship**

We continue to work with the Office of the Superintendent of Financial Institutions for our internal audit services, and with the Office of the Auditor General of Canada for our annual audit of financial statements.

All pertinent documentation related to FCAC's audits is presented to our Audit Committee. Internal audit reports are made publicly available on the Agency's Web site.

Following updates to FCAC's corporate risk profile and the business process risk matrix, we also updated the Agency's multi-year internal audit plan. In 2006–07, we carried out our third internal audit program; it focused on a review of the Case Process for Consumer Provisions Complaints.

In other stewardship areas, we continued to strengthen our reporting to enhance senior management's decision-making process.

# FCAC's *performance*





## Consumer service

We track our timed performance in consumer service in three main areas: the Consumer Contact Centre, the Correspondence Unit, and the Compliance and Enforcement Branch.

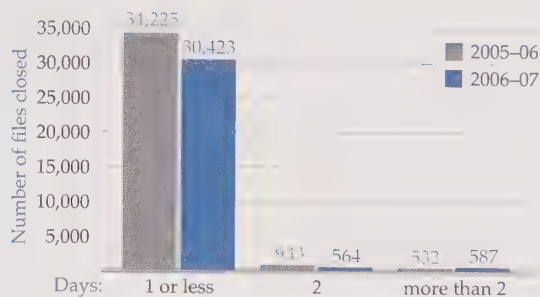
### Consumer Contact Centre

The Consumer Contact Centre answers telephone inquiries from consumers. In 2006–07, the average wait time to speak to one of our representatives was 28 seconds for the majority of callers. More than 96 percent of telephone inquiries were fully addressed the same day. For details, see **Chart 7**.

### Correspondence Unit

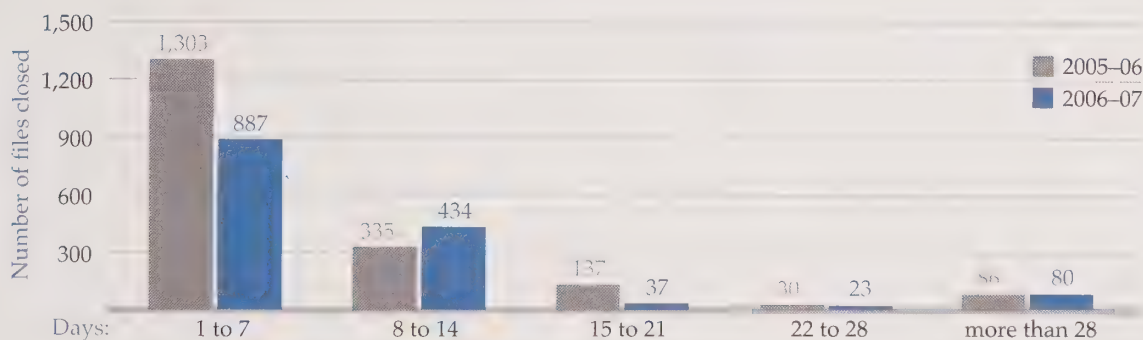
The Correspondence Unit handles e-mail messages and letters from consumers. In 2006–07, the Unit processed more than 90 percent of these communications within 14 working days of their receipt, up from 86.5 percent in the previous year. **Chart 8** provides more details.

**Chart 7: Time taken to close a file related to a telephone call received by the Consumer Contact Centre<sup>1</sup>**



<sup>1</sup> Excludes media, outreach and compliance contacts.

**Chart 8: Time taken to close a file generated by a consumer's letter, an e-mail, or an in-person visit for non-compliance related matters<sup>1</sup>**

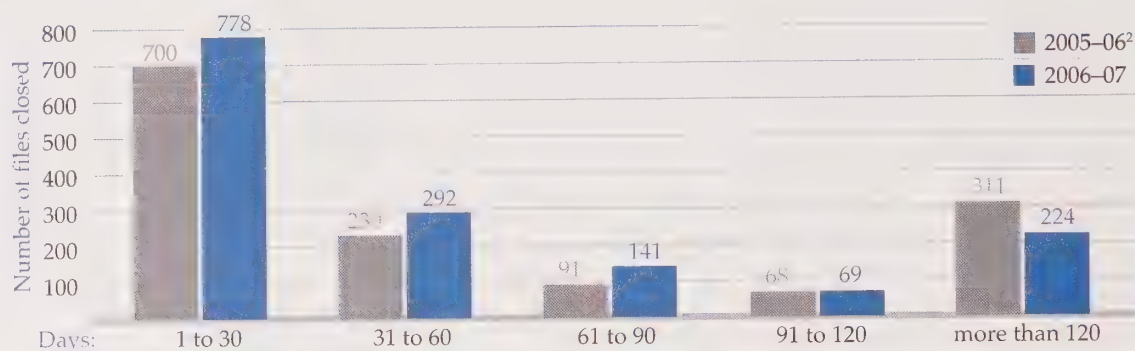


<sup>1</sup> Also includes telephone calls that required a written response. Excludes media and outreach contacts.

## Compliance and Enforcement Branch

The Compliance and Enforcement Branch processes compliance-related files as expeditiously and effectively as possible. As shown in **Chart 9**, in the past fiscal year the Branch closed almost 52 percent of files within 30 working days. More than 71 percent of all cases were closed within 60 working days.

**Chart 9: Time taken to close a file related to a compliance matter<sup>1</sup>**



<sup>1</sup> Includes consumer complaints and inquiries, self-reported complaints, and filings. Excludes media contacts.

<sup>2</sup> The 2005-06 figures have been restated since the publication of the 2005-06 Annual Report to more accurately reflect the year's activities.

We publish detailed information about our performance in our annual *Program and Performance Management Evaluation Report*. The report is available on our Web site and in print.

# Financial *statements*





## Financial highlights 2006–07

The Financial Consumer Agency of Canada is a federal government department that is funded through industry assessments paid by federally regulated financial institutions. Banks pay more than 90 percent of FCAC's costs since most of the consumer provisions overseen by the Agency apply to them and their financial products.

The budget for 2006–07 was \$8.54 million; at the conclusion of the fiscal year, total expenses amounted to \$8.04 million. The surplus of approximately \$500,000 included a \$200,000 annual budget contingency allowance that was not required. A surplus was recorded notably in the budget centre for human resources costs as a result of the longer-than-expected recruitment time for some positions.

The Agency continued to expand its use of carefully focused initiatives, such as inserting information with mail-outs of Government of Canada cheques. While doing this, FCAC maintained its participation in the touring Canada Pavilion and other events attracting wide audiences. In a 2006–07 survey undertaken by the Agency, stakeholders and partners indicated that participation in public events and forums was a good networking opportunity for FCAC. Moreover, they saw mail-outs of information with government cheques as an efficient and cost-effective strategy. Also in 2006–07, FCAC undertook a focused media campaign in the Atlantic provinces, during which it participated in the Canada Pavilion in Moncton, New Brunswick.

In all these ways the Agency has worked to foster public awareness of the services provided by the federal government to financial consumers.

In 2006–07, to deal with increased workload pressures and specific activities included in its business plan, FCAC added two positions:

- an administrative assistant on an indeterminate basis; and
- a Web designer for a one-year term.

From its inception, the Agency has been guided by the management principle that it should concentrate on delivering the program called for in its legislation. We have therefore opted to use common and/or shared services for the provision of generic corporate services when it is cost-effective to do so.

FCAC continues to be committed to the concept of common services agreements and has in place arrangements with the following organizations:

- the Office of the Superintendent of Financial Institutions for human resources, accounting and administration, internal audit services, and research services; and
- the Canada Deposit Insurance Corporation for a joint call centre.

These strategic partnerships give the Agency the flexibility needed to manage an evolving program as cost-effectively and efficiently as possible.

The Agency is continuing to implement its multi-year internal audit plan, developed in 2005–06.

During the past fiscal year we undertook FCAC's third internal audit: a review of the Agency's procedure for handling cases related to consumer provision complaints. The results of the review were posted on FCAC's Web site in early 2007–08.

The Office of the Auditor General of Canada continues to perform an annual audit of FCAC's financial statements.

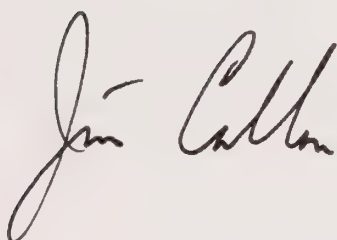
The Agency's management is committed to delivering an effective program that meets the expectations of Parliament and Canadian consumers. At the same time it continues to fully support the principles of modern management and strives to implement them.

## Management's Responsibility for the Financial Statements

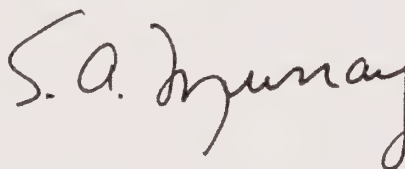
Responsibility for the integrity and objectivity of the accompanying financial statements, and their consistency with all other information contained in this annual report, rests with the management of the Financial Consumer Agency of Canada (FCAC).

These financial statements, which include amounts based on management's best estimates as determined through experience and judgment, have been prepared in accordance with Canadian generally accepted accounting principles for the private sector. Management has developed and maintained books of accounts, records, internal controls, management practices and information systems designed to provide reasonable assurance that the assets are safeguarded and controlled, resources are managed economically and efficiently in the attainment of corporate objectives, and transactions are in accordance with the *Financial Administration Act* and regulations, as well as with FCAC policies and statutory requirements.

The Auditor General of Canada, the independent auditor for the Government of Canada, has audited the financial statements of FCAC, and reports on her audit to the Minister of Finance.



Jim Callon  
Acting Commissioner  
Financial Consumer Agency of Canada



Susan Murray  
Acting Deputy Commissioner  
Financial Consumer Agency of Canada

Ottawa, Canada  
May 18, 2007



## AUDITOR'S REPORT

To the Minister of Finance

I have audited the Balance Sheet of the Financial Consumer Agency of Canada as at March 31, 2007 and the statements of operations and equity of Canada and cash flows for the year then ended. These financial statements are the responsibility of the Agency's management. My responsibility is to express an opinion on these financial statements based on my audit.

I conducted my audit in accordance with Canadian generally accepted auditing standards. Those standards require that I plan and perform an audit to obtain reasonable assurance whether the financial statements are free of material misstatement. An audit includes examining, on a test basis, evidence supporting the amounts and disclosures in the financial statements. An audit also includes assessing the accounting principles used and significant estimates made by management, as well as evaluating the overall financial statement presentation.

In my opinion, these financial statements present fairly, in all material respects, the financial position of the Agency as at March 31, 2007 and the results of its operations and its cash flows for the year then ended in accordance with Canadian generally accepted accounting principles.

Michael A. Pickup, CA  
Principal  
for the Auditor General of Canada

Ottawa, Canada  
May 18, 2007



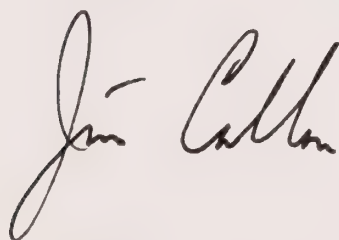
# Financial Consumer Agency of Canada

## Balance Sheet

As at March 31, 2007

	Note	2007	2006
<b>ASSETS</b>			
<b>Current</b>			
Cash Entitlement		\$ 1,476,015	\$ 1,557,202
Assessments Receivable		50,320	61,896
Accrued Assessments		128,244	—
Other Assets		119,042	136,079
<b>Capital Assets</b>	4	285,163	275,498
<b>TOTAL ASSETS</b>		<b>\$ 2,058,784</b>	<b>\$ 2,030,675</b>
<b>LIABILITIES</b>			
<b>Current</b>			
Accounts Payable and Accrued Liabilities		\$ 1,797,293	\$ 974,406
Unearned Revenue		—	847,968
<b>Employee Future Benefits</b>	6.b	261,491	208,301
<b>Total Liabilities</b>		<b>2,058,784</b>	<b>2,030,675</b>
<b>Equity of Canada</b>		<b>—</b>	<b>—</b>
<b>TOTAL LIABILITIES AND EQUITY OF CANADA</b>		<b>\$ 2,058,784</b>	<b>\$ 2,030,675</b>
<b>Commitments</b>	8		

Approved by:



Jim Callon  
Acting Commissioner, Financial Consumer Agency of Canada

The accompanying notes are an integral part of these Financial Statements.

# Financial Consumer Agency of Canada

## Statement of Operations and Equity of Canada

For the year ended March 31, 2007

	Note	2007	2006
<b>REVENUE</b>			
Assessments		\$ 8,025,626	\$ 7,291,054
Other Revenue		13,618	718
<b>Total Revenue</b>		<b>8,039,244</b>	<b>7,291,772</b>
<b>EXPENSES</b>			
Salaries and Benefits		4,142,349	4,060,273
Professional Services		1,822,356	1,236,837
Administrative and Other		676,507	541,435
Accommodation		594,860	671,161
Information Management/Technology		509,745	516,182
Interest		166,329	111,820
Travel		127,098	154,064
<b>Total Expenses</b>		<b>8,039,244</b>	<b>7,291,772</b>
<b>Operating Results before Administrative Monetary Penalties</b>		<b>—</b>	<b>—</b>
Administrative Monetary Penalties	9	101,000	35,000
Administrative Monetary Penalties earned on behalf of the Government		(101,000)	(35,000)
<b>Net Operating Results</b>		<b>—</b>	<b>—</b>
<b>EQUITY OF CANADA, BEGINNING OF YEAR</b>		<b>—</b>	<b>—</b>
<b>EQUITY OF CANADA, END OF YEAR</b>		<b>\$ —</b>	<b>\$ —</b>

The accompanying notes are an integral part of these Financial Statements.

# Financial Consumer Agency of Canada

## Statement of Cash Flows

For the year ended March 31, 2007

	Note	2007	2006
<b>CASH FLOWS FROM OPERATING ACTIVITIES</b>			
Cash Receipts from Financial Institutions		\$ 7,360,815	\$ 7,912,343
Cash Paid to Suppliers and Employees		(7,070,188)	(7,881,607)
Interest Paid		(166,304)	(160,315)
Non-Respendable Administrative Monetary Penalties Remitted to the Consolidated Revenue Fund	9	(101,000)	(35,000)
<b>Cash (Used) Provided by Operating Activities</b>		<b>23,323</b>	<b>(164,579)</b>
<b>INVESTING ACTIVITIES</b>			
Acquisition of Capital Assets	4	(104,510)	(25,565)
<b>Cash Used for Investing Activities</b>		<b>(104,510)</b>	<b>(25,565)</b>
<b>FINANCING ACTIVITIES</b>			
New Borrowings		5,000,000	4,500,000
Repayments		(5,000,000)	(6,000,000)
<b>Cash Used by Financing Activities</b>		<b>—</b>	<b>(1,500,000)</b>
<b>NET DECREASE IN CASH ENTITLEMENT</b>		<b>(81,187)</b>	<b>(1,690,144)</b>
<b>CASH ENTITLEMENT, BEGINNING OF YEAR</b>		<b>1,557,202</b>	<b>3,247,346</b>
<b>CASH ENTITLEMENT, END OF YEAR</b>		<b>\$ 1,476,015</b>	<b>\$ 1,557,202</b>

The accompanying notes are an integral part of these Financial Statements.



# Financial Consumer Agency of Canada

## Notes to the Financial Statements

For the year ended March 31, 2007

### 1. Authority and objectives

On October 24, 2001, the *Financial Consumer Agency of Canada Act* (the Act) came into force, establishing the Financial Consumer Agency of Canada (FCAC, or the Agency). The Financial Consumer Agency of Canada is responsible for strengthening the oversight of consumer protection measures in the federally regulated financial sector and for expanding consumer education activities. The Agency is a department of the Government of Canada and is listed in schedule I.1 of the *Financial Administration Act*.

FCAC's mandate is specifically set out in the *Financial Consumer Agency of Canada Act*. It must:

- a) **supervise** financial institutions to determine whether they are in compliance with the consumer provisions applicable to them;
- b) **promote** the adoption by financial institutions of policies and procedures to implement consumer provisions applicable to them;
- c) **monitor** the implementation of financial institutions' publicly available voluntary codes of conduct that are designed to protect the interests of their customers, and monitor any public commitments made by financial institutions to protect the interests of their customers;
- d) **promote** consumer awareness about the obligations of financial institutions under consumer provisions applicable to them; and
- e) **foster** an understanding of financial services and issues relating to financial services, in cooperation with any department, agency or Crown corporation of the Government of Canada, or of a province, financial institution, or consumer or other organization.

Section 18(3) of the Act provides that the Agency's costs of operations are to be assessed to the industry. FCAC's operations are typically funded entirely through this process.

FCAC's assessment revenues are charged in accordance with the *Financial Consumer Agency of Canada Assessment of Financial Institutions Regulations*, which outline the methodology used to determine each institution's assessment.

The Agency manages its working capital requirements by borrowing funds from the Government of Canada as authorized under Section 13(1) of the Act.

### 2. Summary of significant accounting policies

#### a) Basis of presentation

These financial statements have been prepared in accordance with Canadian generally accepted accounting principles.

#### b) Revenue recognition

The Agency is dependent on its revenue from the assessment of financial institutions to fund its costs of operations, including those related to employee future benefits. FCAC matches its revenue to its operating costs. Any assessments that have been billed and for which costs have not been incurred are classified as unearned revenue on the balance sheet.

Assessments are billed annually based on an estimate of the current fiscal year's costs of operations together with an adjustment for any differences between the previous year's assessed cost and actual.

The assessment process is undertaken before December 31 in each year, in accordance with section 18(1) of the Act. As a result, at March 31 of each year, amounts may have been collected in advance of the incurrence of costs or, alternatively, funds may be owed to the Agency to fund its costs of operations.

c) Employee future benefits

i) **Pension benefits**

FCAC's eligible employees participate in the Public Service Pension Plan administered by the Government of Canada. Supplementary retirement benefits may also be provided in accordance with the *Special Retirement Arrangements Act*. Pension benefits accrue up to a maximum period of 35 years at a rate of 2% per year of pensionable service, times the average of the best five consecutive years of earnings. The benefits are integrated with the Canada/Quebec Pension Plan benefits and they are indexed to inflation.

Both the employees and FCAC contribute to the cost of the Plan. FCAC's responsibility with regard to the Plan is limited to its contributions. Actuarial surpluses or deficiencies are recognized in the financial statements of the Government of Canada, as the Plan's sponsor.

ii) **Severance benefits**

On termination of employment, employees are entitled to certain benefits provided for under their conditions of employment through a severance benefits plan. The cost of these benefits is accrued as the employees render their services necessary to earn severance benefits. These benefits represent the only obligation of FCAC that entails settlement by future payment.

The cost of severance benefits is actuarially determined as at March 31 of each year using the projected benefit method prorated on services. The valuation of the liability is based upon a current market discount rate and other actuarial assumptions, which represent management's best long-term estimates of factors such as future wage increases and employee resignation rates. The excess of any net actuarial gain (loss) over 10% of the benefit obligation is amortized over the average remaining service period of active employees.

iii) **Other future benefits**

The federal government sponsors a variety of other future benefit plans from which employees and former employees may benefit during employment or upon retirement. The Public Service Health Care Plan and the Pensioners' Dental Service Plan are the two major plans available to FCAC employees and retirees. FCAC's responsibility with regard to these two plans is also limited to its contributions.

d) Cash entitlement

The Financial Consumer Agency of Canada does not have its own bank account. All of the financial transactions of the Agency are processed through the Consolidated Revenue Fund (CRF), a banking facility administered by the Receiver General for Canada. FCAC's cash entitlement represents the amount the Agency is entitled to withdraw from the CRF without further authority. This amount does not earn interest.

e) Assessments receivable

Assessments receivable are stated at amounts expected to be ultimately realized and represent a debt due to Her Majesty.

#### f) Capital assets

All capital assets are initially recorded at acquisition cost. Amortization of capital assets is calculated on a straight-line basis over the estimated useful life of the asset, as follows:

Asset class	Amortization period
Furniture and fixtures	7 years
Leasehold improvements	lesser of useful life or term of the lease
Informatics software	5 years
Office equipment	4 years
Informatics hardware	3 years

### 3. Measurement uncertainty

The preparation of financial statements requires management to make estimates and assumptions that affect the amounts of assets, liabilities, revenues and expenses reported in the financial statements. At the time of preparation of these statements, management believes the estimates and assumptions to be reasonable. The most significant items involving the use of estimates and assumptions are the benefit costs, the total severance benefits liability and the useful lives of capital assets. Actual results could significantly differ from those estimates.

### 4. Capital assets

Category	Gross book values			Accumulated amortization			Net book values	
	Opening balance	Additions	Closing balance	Opening balance	Amortization expense	Closing balance	2007	2006
Furniture and fixtures	\$ 487,460	\$ 45,341	\$ 532,801	\$ 264,106	\$ 69,637	\$ 333,743	\$ 199,058	\$ 223,354
Leasehold improvements	382,843	52,717	435,560	382,843	—	382,843	52,717	—
Informatics software	91,075	—	91,075	55,855	17,506	73,361	17,714	35,220
Office equipment	58,928	—	58,928	45,643	5,521	51,164	7,764	13,285
Informatics hardware	13,615	6,452	20,067	9,976	2,181	12,157	7,910	3,639
<b>Total</b>	<b>\$1,033,921</b>	<b>\$ 104,510</b>	<b>\$1,138,431</b>	<b>\$ 758,423</b>	<b>\$ 94,845</b>	<b>\$ 853,268</b>	<b>\$ 285,163</b>	<b>\$ 275,498</b>

### 5. Loan payable

FCAC funds its ongoing operations with cash advanced from the Consolidated Revenue Fund. There were no funds advanced as at March 31, 2007.

### 6. Employee future benefits

#### a) Pension benefits

FCAC and all eligible employees contribute to the Public Service Pension Plan. This pension plan provides benefits based on years of service and average earnings at retirement. The benefits are fully indexed to the increase in the Consumer Price Index. The estimated employer contributions to the Public Service Pension Plan during the year were \$401,460 (2006 — \$393,058).



As required under present legislation, the contributions made by FCAC to the Plan are 2.14 times the employees' contribution on amounts of salaries below \$126,500 and 7.0 times the employees' contribution on amounts of salaries in excess of \$126,500.

b) Severance benefits

Information about FCAC's severance benefit plan is presented in the table below.

	2007	2006
Accrued benefit obligation, beginning of year	\$ 358,428	\$ 274,445
Current service cost	49,677	39,213
Interest cost	15,836	14,984
Benefits paid	(21,322)	(3,951)
Actuarial (gain)/loss	(36,691)	33,737
Accrued benefit obligation, end of year <sup>1</sup>	365,928	358,428
Unamortized net actuarial loss	(104,437)	(150,127)
<b>Accrued benefit liability</b>	<b>\$ 261,491</b>	<b>\$ 208,301</b>
Current service cost	\$ 49,677	\$ 39,213
Interest cost	15,836	14,984
Amortization of net actuarial losses <sup>2</sup>	8,999	8,160
<b>Net benefit plan expense</b>	<b>\$ 74,512</b>	<b>\$ 62,357</b>

<sup>1</sup> The cost corresponding to annual changes in the accrued benefit liability is recovered from FCAC's revenue from assessments outlined in Note 2 to the financial statements. Amounts collected in excess of benefits paid are presented on the Balance Sheet under the heading of Cash Entitlement.

<sup>2</sup> The amortization period is the remaining average service period of active employees.

A discount rate of 4.25% (2006 — 4.25%) was applied in measuring the Agency's accrued benefit obligation. Management's best estimate for the general salary increases used to estimate the current service cost and the accrued benefit obligation as at March 31, 2007 is an annual economic increase of 2.0% for the plan year 2008 (2006 — 2.5% for the plan year 2007). Thereafter an annual economic increase of 2.0% (2006 — 2.5%) is assumed. The average remaining service period of the active employees covered by the benefit plan is 14 years (2006 — 13 years).

## 7. Related-party transactions

FCAC is related, in terms of common ownership, to all Government of Canada departments, agencies and Crown corporations. The Agency has entered into service agreements with several departments and one Crown corporation for the supply of key services to the Agency and its staff in carrying out its mandate. FCAC currently works with the following partners:

- Public Works and Government Services Canada (PWGSC)
- Canada Deposit Insurance Corporation (CDIC)
- the Office of the Superintendent of Financial Institutions (OSFI)

FCAC also enters into transactions with other government entities in the normal course of business and on normal trade terms applicable to all individuals and enterprises. The following table summarizes the impact of the Agency's significant related-party transactions for the year on total expenses and the amounts due to (from) those related parties at the end of the year. The transactions are measured at the exchange amount, which is the amount of consideration established and agreed to by the related parties.

Related Party and Nature of Service Provided	2007		2006	
	Expense	Payable/ (Receivable)	Expense	Payable/ (Receivable)
<b>PWGSC</b>				
Accommodation	\$ 455,581	\$ —	\$ 479,479	\$ —
Management/Information Technology	340,317	85,114	361,307	90,327
Translation Services	89,474	9,323	109,786	11,820
Other Services	59,967	59,967	—	—
	945,339	154,404	950,572	102,147
<b>Treasury Board</b>				
Employee Benefits	747,757	3,243	760,856	27,573
<b>CDIC — Professional Services</b>				
Call Centre Administration	399,764	—	448,889	93,205
<b>OSFI — Professional Services</b>				
Financial Services	121,275	—	115,500	—
Human Resources Services	105,489	—	140,883	40,000
Internal Audit Services	85,000	85,000	36,600	—
Research Services	20,018	—	18,801	—
	331,782	85,000	311,784	40,000
<b>Department of Finance</b>				
Interest on Loan from the Consolidated Revenue Fund	166,329	—	111,820	—
<b>Total</b>	<b>\$ 2,590,971</b>	<b>\$ 242,647</b>	<b>\$ 2,583,921</b>	<b>\$ 262,925</b>

## 8. Commitments

Contractual commitments arising from service agreements entered into with various departments and one Crown corporation for the supply of key services to the Agency, as well as future minimum lease payments for the remaining term of the Agency's lease for office space, are outlined below.

Year ending March 31	Service agreements	Operating lease	Total
2008	\$ 385,702	\$ 447,593	\$ 833,295
2009	397,606	447,593	845,199
2010	410,107	—	410,107
2011	423,234	—	423,234
2012	437,016	—	437,016
<b>Total</b>	<b>\$ 2,053,665</b>	<b>\$ 895,186</b>	<b>\$ 2,948,851</b>

## 9. Administrative monetary penalties

The Commissioner of the FCAC may issue Notices of Violations and impose an administrative penalty in cases where he believes that there has been either a violation of the consumer provisions or non-compliance with any compliance agreement entered into pursuant to an Act listed in Schedule 1 to the *Financial Consumer Agency of Canada Act*. The penalty amount may be as high as \$50,000 for an individual and \$100,000 for an institution.

Penalties levied by FCAC are non-respendable and are to be remitted to the Consolidated Revenue Fund. The funds are not available to FCAC and are not included in the balance of the Cash Entitlement. As a result, the penalties do not reduce the amount that FCAC assesses the industry in respect of its operating costs.

FCAC levied \$101,000 (2006 — \$35,000) in administrative monetary penalties during fiscal year 2006–07.



# Appendices



# APPENDIX A

## Glossary

### *Administrative Monetary Penalty*

A monetary penalty that the Commissioner may impose after determining that a violation has been committed. The penalty can be as high as \$50,000 for an individual or \$100,000 for an institution. The amount is determined on the basis of three criteria: the degree of intent or negligence of the violator, the harm done by the violation, and any history of previous violations.

### *Addressed at industry level*

A compliance issue has been identified as being an industry-wide issue. The institution has agreed to implement changes to improve compliance.

### *Addressed in Compliance Agreement*

A federally regulated financial institution has agreed to enter into a Compliance Agreement concerning the compliance issue.

### *Case*

A file opened by FCAC's Compliance and Enforcement Branch pertaining to a compliance matter, such as an alleged contravention of a consumer provision, code of conduct or public commitment. Circumstances surrounding the matter are reviewed and assessed by the Branch.

### *Closed case*

A compliance case closed between April 1 and March 31 of the reporting year.

### *Code of conduct*

A code adopted by a financial institution or an industry association and made publicly available (for example, on its Web site), designed to protect the interests of customers of that institution or industry. FCAC monitors whether federally regulated financial institutions comply with their voluntary codes of conduct.

### *Coercive tied selling*

The use of coercion or undue pressure to induce an individual to obtain a product or service from a particular person, bank or affiliate, as a condition for obtaining another product or service from that same source.

### *Complaint*

A verbal or written expression of dissatisfaction by a consumer, related to any area of activity of a financial institution.

### *Complaint-handling procedure*

A procedure that federally regulated financial institutions are legally required to put in place for dealing with complaints made by persons who have requested or received products or services from a financial institution in Canada. Financial institutions must file their complaint-handling procedures with FCAC.

### *Compliance Agreement*

An agreement entered into by the Commissioner and the senior management of a financial institution, specifying corrective measures designed to further compliance with the consumer provisions and setting out a time frame for implementation of the measures.

### *Compliance, finding of*

A finding by FCAC, after investigation of a complaint, that the actions of the financial institution concerned are consistent with the institution's voluntary code of conduct or public commitment governing such actions.

### *Compliance framework*

A framework outlining how FCAC supervises financial institutions' compliance with the legislated consumer provisions, and how it monitors the institutions' compliance with voluntary codes of conduct and public commitments.

## Compliance measures

A series of actions that the Commissioner may implement to further compliance with consumer provisions or to achieve compliance when an institution is found to have violated a consumer provision. Determined on a case-by-case basis, the compliance measures may include such correctives as proceedings initiated through a Notice of Violation and an Administrative Monetary Penalty.

## Consumer provision

A provision of federal legislation/regulations identified as a consumer provision in section 2 of the *Financial Consumer Agency of Canada Act*. When designated by regulation, contravention of such a provision constitutes a violation.

## Examination

An examination conducted by FCAC, as circumstances require, to satisfy the Commissioner that a financial institution is complying with the consumer provisions, as well as with its code of conduct or public commitment. FCAC forwards the conclusions of such examinations to the Minister of Finance.

## Filing

A document that a federally regulated financial institution is required by legislation (the *Bank Act*, the *Cooperative Credit Associations Act*, the *Insurance Companies Act* or the *Trust and Loan Companies Act*) to file with FCAC.

## Non-compliance, finding of

After investigation by FCAC, a determination that the actions of a particular financial institution do not comply with the terms of a voluntary code of conduct or a public commitment applicable to that institution.

## Non-substantive issue

An issue that appears to be a violation but involves a minor or isolated incident, or has very limited impact on consumers. No violation is noted against the financial institution's history but such issues are monitored to identify trends.

## Non-violation, finding of

A finding by FCAC, after investigation of a complaint, that the actions of the financial institution concerned are consistent with its consumer provision obligations.

## Not a compliance matter

A case may be found to be not a compliance matter in the following circumstances:

- Although it was initially classified as a compliance matter, investigation shows that the subject of the case does not fall under a consumer provision, voluntary code or commitment.
- The matter occurred before the creation of FCAC (October 24, 2001) or the coming into force of the *Financial Consumer Agency of Canada Designated Violations Regulations* (February 28, 2002).

## Notice of Violation

A notice provided for by law and issued by the Commissioner, informing a financial institution that there are reasonable grounds to believe that the institution has violated a consumer provision. The *Financial Consumer Agency of Canada Act* requires the notice to state the name of the institution that committed the violation, the nature of the violation and the proposed amount of the Administrative Monetary Penalty to be levied against the institution by FCAC. After the Commissioner issues a Notice of Violation and receives representations from the institution, the Commissioner decides on a balance of probabilities whether the financial institution committed the violation and, where appropriate, issues a Notice of Decision. The Notice of Decision describes any Administrative Monetary Penalty imposed. The Commissioner may also publicize the violation.

## Opened case

A case opened in FCAC's tracking system between April 1 and March 31 of the reporting year.



### *Pending case*

A compliance case still under investigation by FCAC as of March 31 of the reporting year.

### *Public Accountability Statement*

A statement that each financial institution with \$1 billion or more in equity is required by law to publish annually and file with the FCAC Commissioner. The statement describes the contributions made by the institution to Canada's economy or society.

### *Public commitment*

A commitment adopted and made publicly by a financial institution (for example, on its Web site), designed to protect the interests of customers of that institution. FCAC monitors compliance by federally regulated financial institutions with their public commitments.

### *Self-reported complaint/ Reportable complaint*

A complaint involving a consumer provision or an FCAC-targeted code of conduct or public commitment that has been received by or forwarded to the designated reportable level or higher level of a financial institution's complaint-handling process. FCAC's compliance framework requires federally regulated financial institutions to inform the Agency of any reportable complaint (as defined in the compliance framework).

### *Violation*

The contravention of a consumer provision, as defined by the *Financial Consumer Agency of Canada Designated Violations Regulations*.

### *Withdrawn case*

A case on which action has been discontinued, either because the consumer who lodged the complaint has withdrawn it or because the consumer did not respond to FCAC's attempts to contact him or her in order to obtain the facts necessary for continuing the investigation.

# APPENDIX B

## Consumer provisions and regulations

The *Financial Consumer Agency of Canada Act* identifies consumer provisions under the following legislation:

- the *Bank Act*;
- the *Insurance Companies Act*;
- the *Trust and Loan Companies Act*; and
- the *Cooperative Credit Associations Act*.

The following table summarizes the legislated consumer provisions that the Agency administers, and the types of federally regulated financial institutions affected by each provision.

### Consumer provisions administered by FCAC, and the institutions they affect

Type of consumer provision	Banks	Trust and loan companies	Insurance companies	Retail associations
Requirement to disclose interest and charges applicable to deposit accounts	X	X		X
Requirement to disclose the cost of borrowing	X	X	X	X
Requirement to have procedures for protecting customer information (no regulations in effect)	X	X	X	X
Requirement to open retail deposit accounts	X			
Requirement to provide notice that deposits are not insured when bank is not a member of CDIC	X			
Requirement to offer a standard low-cost account (not in effect) <i>Note: Instead of a regulatory approach to bring this provision into effect, eight financial institutions have voluntarily committed to providing a low-cost account within guidelines established by the government.</i>	X			
Within 14 days of opening a retail deposit account by telephone, consumer's right to close the account without charge	X	X		X
Prohibition on charging for cashing Government of Canada cheques	X	X		X
Obligation to cash Government of Canada cheques to a maximum of \$1,500, as specified by regulation	X			
Requirement to provide notice before closing a retail branch	X	X		X
Requirement for each institution with equity of \$1 billion or more to file a Public Accountability Statement	X	X	X	
Requirement to set up complaint procedures and to file a copy of those procedures with FCAC	X	X	X	X
Requirement to join a separate complaints resolution organization		X	X	X
Restriction concerning coercive tied selling	X			

## Consumer provisions administered by FCAC, and the institutions they affect (continued)

Type of consumer provision	Banks	Trust and loan companies	Insurance companies	Retail associations
Requirements to disclose information to consumers in accordance with regulations (e.g. regulations on index-linked deposits, cheque holding policies)	X	X	X	X
Consumers' right to prepay loans	X	X	X	X
Requirement for an institution to provide information about FCAC when consumers have complaints about the institution's compliance with consumer provisions	X	X	X	X
Related Matters	Banks	Trust and loan companies	Insurance companies	Retail associations
Requirement for FCAC to monitor industry codes of conduct and public commitments (e.g. codes dealing with debit cards or with small and medium-sized businesses)	X	X	X	X
Requirement for FCAC to report annually, in aggregate form, on the number and types of complaints brought to its attention	X	X	X	X
Requirement for institutions to provide information to the Commissioner as necessary	X	X	X	X
Requirement for annual compliance examination and reporting	X	X	X	X
Ability to enter into Compliance Agreements	X	X	X	X
Requirement to pay assessments for funding of FCAC	X	X	X	X
Ability to designate contraventions that are subject to administrative penalties	X	X	X	X

## Status of consumer provisions and related regulations

as of March 31, 2007

Name of regulations	Status	Reference No.
<i>Access to Basic Banking Services Regulations</i>	in force	SOR/2003-184
<i>Cheque Holding Policy Disclosure (Banks) Regulations</i>	in force	SOR/2002-39
<i>Complaint Information (Authorized Foreign Banks) Regulations</i>	in force	SOR/2001-370
<i>Complaint Information (Banks) Regulations</i>	in force	SOR/2001-371
<i>Complaint Information (Canadian Insurance Companies) Regulations</i>	in force	SOR/2001-373
<i>Complaint Information (Foreign Insurance Companies) Regulations</i>	in force	SOR/2001-372
<i>Complaint Information (Retail Associations) Regulations</i>	in force	SOR/2001-374
<i>Complaint Information (Trust and Loan Companies) Regulations</i>	in force	SOR/2001-375
<i>Cost of Borrowing (Authorized Foreign Banks) Regulations</i>	in force	SOR/2002-262
<i>Cost of Borrowing (Banks) Regulations</i>	in force	SOR/2001-101
<i>Cost of Borrowing (Canadian Insurance Companies) Regulations</i>	in force	SOR/2001-102



<b>Name of regulations</b>	<b>Status</b>	<b>Reference No.</b>
<i>Cost of Borrowing (Foreign Insurance Companies) Regulations</i>	in force	SOR/2001-103
<i>Cost of Borrowing (Retail Associations) Regulations</i>	in force	SOR/2002-263
<i>Cost of Borrowing (Trust and Loan Companies) Regulations</i>	in force	SOR/2001-104
<i>Disclosure of Charges (Authorized Foreign Banks) Regulations</i>	in force	SOR/99-278
<i>Disclosure of Charges (Banks) Regulations</i>	in force	SOR/92-324
<i>Disclosure of Charges (Retail Associations) Regulations</i>	in force	SOR/2003-297
<i>Disclosure of Interest (Authorized Foreign Banks) Regulations</i>	in force	SOR/1999-272, as amended by SOR/2001-468
<i>Disclosure of Interest (Banks) Regulations</i>	in force	SOR/1992-321, as amended by SOR/2001-469
<i>Disclosure of Interest (Retail Associations) Regulations</i>	in force	SOR/2003-298
<i>Disclosure of Interest (Trust and Loan Companies) Regulations</i>	in force	SOR/1992-322, as amended by SOR/2001-470
<i>Disclosure on Account Opening by Telephone Request (Authorized Foreign Banks) Regulations</i>	in force	SOR/2001-471
<i>Disclosure on Account Opening by Telephone Request (Banks) Regulations</i>	in force	SOR/2001-472
<i>Disclosure on Account Opening by Telephone Request (Retail Associations) Regulations</i>	in force	SOR/2003-299
<i>Disclosure on Account Opening by Telephone Request (Trust and Loan Companies) Regulations</i>	in force	SOR/2001-473
<i>Financial Consumer Agency of Canada Assessment of Financial Institutions Regulations</i>	in force	SOR/2001-474
<i>Financial Consumer Agency of Canada Designated Violations Regulations</i>	in force	SOR/2002-101
<i>Index-linked Deposits Interest Disclosure Regulations</i>	in force	SOR/2002-102
<i>Notice of Branch Closure (Banks) Regulations</i>	in force	SOR/2002-104, as amended by SOR/2003-70
<i>Notice of Branch Closure (Cooperative Credit Associations) Regulations</i>	in force	SOR/2002-105, as amended by SOR/2003-70
<i>Notice of Branch Closure (Trust and Loan Companies) Regulations</i>	in force	SOR/2002-106, as amended by SOR/2003-70
<i>Notices of Uninsured Deposits Regulations</i>	in force	SOR/99-388, as amended by SOR/2002-338
<i>Public Accountability Statements (Banks, Insurance Companies, Trust and Loan Companies) Regulations</i>	in force	SOR/2002-133

# APPENDIX C

## Major codes of conduct and public commitments monitored by FCAC

### *Codes of conduct*

#### **Canadian Bankers Association (CBA) Code of Conduct for Authorized Insurance Activities**

Outlines the banks' standards for branch employees to offer credit, travel and personal accident insurance. Deals with training, disclosure, promotion practices, customer privacy protection and customer redress.

#### **Canadian Code of Practice for Consumer Debit Card Services ("debit card code")**

Outlines industry practices and consumer/industry responsibilities. Designed to protect Canadian consumers who use debit card services.

#### **Codes of Conduct for Bank Relations with Small and Medium-Sized Businesses**

Each bank develops and applies its own code to the business activities it conducts with small and medium-sized enterprise (SME) customers. Every code includes the key elements of the CBA Model Code of Conduct, the minimum standard for banks dealing with SMEs.

#### **Principles of Consumer Protection for Electronic Commerce:**

##### **A Canadian Framework**

Intended to guide the actions of businesses, consumers and governments in Canada to develop a consumer protection framework for electronic commerce over open networks, including the Internet.

### *Public commitments*

#### **Credit Cards**

Several financial institutions have made formal commitments to protect consumers from the unauthorized use of credit cards. These commitments outline consumers' liability for fraudulent transactions.

#### **Guidelines for the Transfer of Registered Plans**

Explanation of the maximum time that banks may require to process transfers of deposit-type registered plans.

#### **Low-Cost Accounts**

Eight Canadian financial institutions have undertaken to offer accounts that meet guidelines set out by the federal government since February 2001, with the aim of ensuring that Canadians have access to affordable banking services.

#### **On-Line Payments**

Commitment to applying the principles and provisions of the Canadian Code of Practice for Consumer Debit Card Services as they apply to on-line payments made from customer deposit accounts. Reflects consumer and industry responsibilities related to the use of on-line payment systems in Canada.

#### **Plain-Language Mortgage Documents**

Reflect the banks' commitment to improving the understandability of residential mortgage documents.

#### **Undertaking on Right of Rescission of Index-linked Deposits Purchased by Telephone**

For telephone purchasers of index-linked deposits who have not received the required written statement prior to purchase, seven Canadian financial institutions have committed to allowing the opportunity to rescind the purchase within 48 hours from the actual or deemed receipt of such a statement, whichever is earlier.

#### **Undertaking on Unsolicited Services**

Six Canadian financial institutions have committed to implementing procedures designed to protect consumers when offering unsolicited services.







# ANNEXE C

## Principaux codes de conduite et engagements publics sous la surveillance de l'ACFC

### *Codes de conduite*

**Code de conduite de l'Association des banquiers canadiens (ABC) pour les activités d'assurance autorisées**

Ce code présente les normes adoptées par les banques à l'intention des employés des succursales, qui sont chargés d'offrir de l'assurance crédit, voyage et accident personnel. Il traite de la formation, des renseignements à fournir, des pratiques de promotion, de la protection de la vie privée des clients et des recours qui sont à la disposition de ceux-ci.

**Codes de conduite sur les relations des banques avec les petites et moyennes entreprises**

Chaque banque élabore et applique son propre code aux relations d'affaires qu'elle entretient avec les petites et moyennes entreprises (PME) clientes. Tous les codes comprennent les éléments clés du modèle de code de conduite de l'ABC, dans lequel sont énoncées les normes minimales à respecter pour les banques qui traitent avec les PME.

**Code de pratique canadien des services de cartes de débit (code relatif aux cartes de débit)**

Ce code décrit les pratiques du secteur et les responsabilités des consommateurs et du secteur. Il a pour objectif de protéger les consommateurs canadiens qui utilisent les services de cartes de débit.

**Principes régissant la protection des consommateurs dans le commerce électronique : le cadre canadien**

Ces principes visent à guider les entreprises, les consommateurs et les gouvernements du Canada appelés à élaborer un cadre de protection des consommateurs dans le contexte du commerce électronique sur réseaux ouverts, dont Internet.

### *Engagements publics*

**Cartes de crédit**

Plusieurs institutions financières se sont officiellement engagées à protéger les consommateurs contre l'utilisation non autorisée des cartes de crédit. Ces engagements traitent de la responsabilité des consommateurs en ce qui concerne les opérations frauduleuses.

**Comptes à frais modiques**

En février 2001, huit institutions financières canadiennes se sont engagées à offrir des comptes qui respectent les lignes directrices établies par le gouvernement fédéral pour faire en sorte que les Canadiens aient accès à des services bancaires abordables.

**Documents hypothécaires rédigés**

**en langage simple**

Ces documents reflètent l'engagement des banques à accroître la clarté des documents hypothécaires résidentiels.

**Engagement relatif au droit d'annuler l'achat d'un contrat de dépôt indiciel effectué par téléphone**

Dans l'intérêt des consommateurs ayant acheté un contrat de dépôt indiciel par téléphone sans avoir reçu le document d'information réglementaire avant l'achat, sept institutions financières canadiennes se sont engagées à leur permettre d'annuler l'achat dans les 48 heures suivant la réception réelle ou présumée du document, selon la première occurrence.

**Engagement relatif aux services non sollicités**

Six institutions financières canadiennes se sont engagées à mettre en œuvre des procédures conçues pour protéger les consommateurs lorsque des services non sollicités leur sont offerts.

**Lignes directrices applicables au transfert**

**des régimes enregistrés**

Il s'agit d'un engagement à respecter les modalités fixées à l'égard du temps maximal que les banques peuvent prendre pour assurer le transfert des régimes enregistrés comportant des instruments de dépôt.

**Paielements en ligne**

Il s'agit des engagements portant sur l'application des principes et des dispositions du Code de pratique canadien des services de cartes de débit en ce qui concerne les paielements en ligne imputés sur les comptes de dépôt des consommateurs. Ces engagements précisent les responsabilités des consommateurs et du secteur quant à l'utilisation des systèmes de paiement en ligne au Canada.

Titre des règlements	Etat	N° de référence
Règlement sur les renseignements relatifs aux réclamations (sociétés de fiducie et de prêt)	en vigueur	DORS/2001-374
Règlement sur le coût d'emprunt (banques étrangères autorisées)	en vigueur	DORS/2002-262
Règlement sur le coût d'emprunt (banques)	en vigueur	DORS/2001-101
Règlement sur le coût d'emprunt (sociétés d'assurances canadiennes)	en vigueur	DORS/2001-102
Règlement sur le coût d'emprunt (sociétés d'assurances étrangères)	en vigueur	DORS/2001-103
Règlement sur le coût d'emprunt (associations de détail)	en vigueur	DORS/2002-263
Règlement sur le coût d'emprunt (sociétés de fiducie et de prêt)	en vigueur	DORS/2001-104
Règlement sur la communication des frais (banques étrangères autorisées)	en vigueur	DORS/99-278
Règlement sur la communication des frais (banques)	en vigueur	DORS/92-324
Règlement sur la communication de l'intérêt (banques étrangères autorisées)	en vigueur	DORS/2003-297
Règlement sur la communication de l'intérêt (banques)	en vigueur	DORS/1992-321, modifié par DORS/2001-468
Règlement sur la communication de l'intérêt (sociétés de fiducie et de prêt)	en vigueur	DORS/1992-322, modifié par DORS/2001-470
Règlement sur la communication en cas de demande téléphonique d'ouverture de compte (banques étrangères autorisées)	en vigueur	DORS/2001-471
Règlement sur la communication en cas de demande téléphonique d'ouverture de compte (banques)	en vigueur	DORS/2001-472
Règlement sur la communication en cas de demande téléphonique d'ouverture de compte (associations de détail)	en vigueur	DORS/2003-299
Règlement sur la communication en cas de demande téléphonique d'ouverture de compte (sociétés de fiducie et de prêt)	en vigueur	DORS/2001-473
Règlement sur les cotisations des institutions financières (Agence de la consommation en matière financière du Canada)	en vigueur	DORS/2001-474
Règlement sur les violations désignées (Agence de la consommation en matière financière du Canada)	en vigueur	DORS/2002-101
Règlement sur la communication de l'intérêt sur les dépôts indicatifs en matière financière (Agence de la consommation en matière financière du Canada)	en vigueur	DORS/2002-102
Règlement sur les préavis de fermeture de succursales (banques)	en vigueur	DORS/2002-104, modifié par DORS/2003-70
Règlement sur les préavis de fermeture de succursales (associations coopératives de crédit)	en vigueur	DORS/2002-105, modifié par DORS/2003-70
Règlement sur les préavis de fermeture de succursales (sociétés de fiducie et de prêt)	en vigueur	DORS/2002-106, modifié par DORS/2003-70
Règlement sur les avis relatifs aux dépôts non assurés	en vigueur	DORS/99-388, modifié par DORS/2002-338
Règlement sur la déclaration annuelle (banques, sociétés d'assurances, sociétés de fiducie et de prêt)	en vigueur	DORS/2002-133



## Dispositions visant les consommateurs surveillés par l'ACFC, et les institutions qui y sont assujetties (suite)

Type de disposition visant les consommateurs				
Banques	Sociétés de fiducie et de prêt	Sociétés d'assurances	Associations de détail	
	X	X	X	Obligation des institutions d'adhérer à un organisme distinct de règlement des plaintes
X				Restriction imposée aux institutions à propos des ventes liées avec coercition
X	X	X	X	Obligation des institutions de fournir de l'information aux consommateurs, conformément à la réglementation (par exemple la réglementation sur les dépôts indicatifs et les politiques concernant la retenue sur les chèques)
X	X	X	X	Droit du consommateur de rembourser les prêts par anticipation
X	X	X	X	Obligation des institutions d'informer les consommateurs au sujet de l'ACFC lorsqu'ils ont des plaintes concernant la conformité aux dispositions visant les consommateurs
Questions connexes				
Banques	Sociétés de fiducie et de prêt	Sociétés d'assurances	Associations de détail	
X	X	X	X	Obligation de l'ACFC de surveiller les codes de conduite et les engagements publics du secteur (par exemple les codes relatifs aux cartes de débit ou aux petites et moyennes entreprises)
X	X	X	X	Obligation de l'ACFC de rendre compte globalement, chaque année, du nombre de plaintes portées à son attention et de leur nature
X	X	X	X	Obligation des institutions de fournir de l'information au consommateur, au besoin
X	X	X	X	Obligation de mener, chaque année, un examen de conformité et d'établir un rapport
X	X	X	X	Capacité à conclure des ententes de conformité
X	X	X	X	Obligation de verser des cotisations pour financer les activités de l'ACFC
X	X	X	X	Capacité à désigner les contraventions pouvant donner lieu à des sanctions administratives

## Etat des règlements liés aux dispositions visant les consommateurs et des règlements connexes

au 31 mars 2007

Titre des règlements	Etat	N° de référence
Règlement sur l'accès aux services bancaires de base	en vigueur	DORS/2003-184
Règlement sur la communication de la politique de retenue de chèques (banques)	en vigueur	DORS/2002-39
Règlement sur les renseignements relatifs aux réclamations (banques étrangères autorisées)	en vigueur	DORS/2001-370
Règlement sur les renseignements relatifs aux réclamations (banques)	en vigueur	DORS/2001-371
Règlement sur les renseignements relatifs aux réclamations (sociétés d'assurances canadiennes)	en vigueur	DORS/2001-373
Règlement sur les renseignements relatifs aux réclamations (sociétés d'assurances étrangères)	en vigueur	DORS/2001-372

## ANNEXE B

## Dispositions et règlements visant les consommateurs

La Loi sur l'Agence de la consommation en matière financière du Canada prescrit les dispositions visant les consommateurs des lois suivantes :

- Loi sur les banques;
- Loi sur les sociétés d'assurances;
- Loi sur les sociétés de fiducie et de prêt;
- Loi sur les associations coopératives de crédit.

Le tableau suivant résume les dispositions législatives visant les consommateurs qui sont surveillées par l'Agence. Il indique aussi quels types d'institutions financières sous réglementation fédérale sont assujettis à chaque disposition.

## Dispositions visant les consommateurs surveillées par l'ACFC, et les institutions qui y sont assujetties

Type de disposition visant les consommateurs	Banques	Sociétés de fiducie et de prêt	Sociétés d'assurances	Associations de détail
Obligation de divulguer les intérêts et les frais applicables aux comptes de dépôt	X	X		X
Obligation de divulguer le coût d'emprunt	X	X	X	X
Obligation de se doter de procédures visant à protéger l'information concernant les clients (aucun règlement en vigueur)	X	X	X	X
Obligation d'ouvrir des comptes de dépôt de détail	X			
Obligation d'aviser les consommateurs que les dépôts ne sont pas assurés lorsque la banque n'est pas membre de la SADC	X			
Obligation d'offrir un compte standard à frais modiques (pas en vigueur)	X			
N.B. Au lieu d'adopter un règlement pour officialiser cette disposition, huit institutions financières se sont engagées de leur plein gré à offrir un compte à frais modiques en respectant les lignes directrices établies par le gouvernement.				
Droit du consommateur de fermer, sans frais, un compte de dépôt de détail ouvert par téléphone, 14 jours après l'ouverture du compte	X	X		X
Interdiction d'imposer des frais pour l'encasement des chèques du gouvernement du Canada	X	X		X
Obligation des institutions d'encasiser les chèques du gouvernement de Canada d'un montant maximal de 1 500 \$, comme le prescrit la réglementation	X			
Obligation des institutions de donner un préavis avant de fermer une succursale de détail	X	X		X
Obligation de chaque institution dont les capitaux propres se chiffrent à 1 milliard de dollars ou plus de déposer une déclaration sur les responsabilités envers la collectivité	X	X	X	
Obligation des institutions de se doter de procédures de traitement des plaintes et d'en déposer une copie à l'ACFC	X	X	X	X

## Question abordée à l'échelle

### du secteur

Question de conformité considérée comme une question intéressant l'ensemble du secteur. L'institution convient d'apporter des changements pour renforcer la conformité.

## Question abordée dans une

### entente de conformité

L'institution financière sous réglementation fédérale convient de conclure une entente de conformité sur la question à régler.

## Question autre qu'une question de conformité

On peut établir qu'un cas ne se rapporte pas à une question de conformité dans les circonstances suivantes :

- Même si au départ on pensait qu'il s'agissait d'une question de conformité, l'enquête a révélé que le cas ne se rapporte pas à une disposition visant les consommateurs, un code de conduite volontaire ou un engagement public.

- La question date d'avant la création de l'ACFC (le 24 octobre 2001) ou l'entrée en vigueur du Règlement sur les violations désignées (Agence de la consommation en matière financière du Canada) (le 28 février 2002).

## Question autre qu'une question de fond

Question qui semble être une violation, mais qui consiste en un incident mineur ou isolé, ou n'a que très peu de répercussions sur les consommateurs. Aucune violation n'est versée au dossier de l'institution financière, mais ce genre de question est suivi de près en vue d'établir des tendances.

## Retrait

Retrait d'un cas parce que le consommateur ayant déposé la plainte l'a retirée ou n'a pas donné suite aux tentatives de l'ACFC visant à communiquer avec lui pour recueillir les faits nécessaires à la poursuite de l'enquête.

## Sanction administrative pécuniaire

Sanction pécuniaire que le commissaire peut imposer après avoir établi qu'une violation a été commise. Le montant de la sanction peut atteindre 50 000 \$ pour un particulier et 100 000 \$ pour une institution. Le montant est déterminé en fonction de trois critères : la nature de l'intention ou de la négligence de l'auteur, la gravité du tort causé, et les antécédents de l'auteur.

## Ventes liées avec coercition

Pratique soumettant un particulier à des mesures coercitives ou à des pressions injustifiées pour l'obliger à acquiescer un produit ou un service auprès d'une personne, d'une banque ou d'une société affiliée afin d'obtenir un autre produit ou service de cette même source.

## Violation

Contravention à une disposition visant les consommateurs définie au sens du Règlement sur les violations désignées (Agence de la consommation en matière financière du Canada).



## Dossier fermé

Cas de conformité dont le dossier a été fermé entre le 1<sup>er</sup> avril et le 31 mars de l'année visée par le rapport.

## Dossier ouvert

Cas pour lequel un dossier a été ouvert et versé dans le système de suivi de l'ACFC entre le 1<sup>er</sup> avril et le 31 mars de l'année visée par le rapport.

## Engagement public

Engagement adopté par une institution financière et rendu public (par exemple dans son site Web) pour protéger les intérêts de ses clients. L'ACFC surveille les institutions financières sous réglementation fédérale afin de s'assurer qu'elles respectent leurs engagements publics.

## Entente de conformité

Entente conclue entre le commissaire et la haute direction d'une institution financière, qui précise les mesures correctrices à prendre pour renforcer la conformité aux dispositions visant les consommateurs et fixe un délai pour la mise en œuvre des mesures.

## Examen

Examen mené par l'ACFC, lorsque les circonstances l'exigent, pour convaincre le commissaire qu'une institution financière se conforme aux dispositions visant les consommateurs, ainsi qu'à son code de conduite ou à son engagement public. L'ACFC communique les résultats de ce genre d'examen au ministre des Finances.

## Mesures de conformité

Série de mesures que le commissaire peut mettre en œuvre pour promouvoir la conformité aux dispositions visant les consommateurs ou pour assurer la conformité lorsqu'il est établi qu'une institution a violé une disposition visant les consommateurs. Les mesures de conformité sont déterminées en fonction de chaque cas. Elles peuvent inclure des poursuites, amorcées au moyen d'un procès-verbal de violation, et s'accompagner d'une sanction administrative pécuniaire.

## Plainte

Mécontentement exprimé par un consommateur, que ce soit verbalement ou par écrit, relativement à un secteur d'activité d'une institution financière.

## Plainte signalée par une institution financière

Plainte relative à un code de conduite ou un engagement public cible par l'ACFC ou à une disposition visant les consommateurs, qui est reçue ou transmise à l'échelon désigné « à signaler » ou à un échelon supérieur du processus de traitement des plaintes d'une institution financière. Le cadre de conformité de l'ACFC exige que les institutions financières sous réglementation fédérale informent l'Agence de toute plainte à signaler (selon la définition énoncée dans le cadre de conformité).

## Procédure de traitement des plaintes

Procédure que les institutions financières sous réglementation fédérale sont tenues de mettre en place, en vertu de la loi, pour traiter les plaintes qui leur sont présentées par des particuliers ayant demandé ou reçu des produits ou des services d'une institution financière au Canada. Les institutions financières doivent remettre une copie de leurs procédures de traitement des plaintes à l'ACFC.

## Procès-verbal de violation

Procès-verbal prescrit par la loi et dressé par le commissaire pour informer une institution financière qu'il y a des motifs raisonnables de croire qu'elle a violé une disposition visant les consommateurs. En vertu de la Loi sur l'Agence de la consommation en matière financière du Canada, le procès-verbal doit mentionner le nom de l'institution qui a commis la violation, la nature de la violation et le montant proposé de la sanction administrative pécuniaire imposée par l'ACFC. Après avoir dressé un procès-verbal de violation et reçu les observations de l'institution en cause, le commissaire détermine, selon la prépondérance des probabilités, la mesure dans laquelle l'institution financière a commis la violation et, le cas échéant, dresse un avis de décision. L'avis de décision décrit la sanction administrative pécuniaire imposée. Le commissaire peut aussi rendre publique la violation.

# ANNEXE A

## Glossaire

### Cadre de conformité

Cadre présentant la façon dont l'Agence de la consommation en matière financière du Canada (ACFC) s'y prend pour surveiller la conformité des institutions financières aux dispositions législatives visant les consommateurs et pour suivre de près leur respect des codes de conduite volontaires et des engagements publics.

### Code de conduite

Code adopté par une institution financière ou une association du secteur et rendu public (par exemple dans son site Web) pour protéger les intérêts de ses clients ou membres. L'ACFC surveille les institutions financières sous réglementation fédérale pour s'assurer qu'elles respectent leurs codes de conduite volontaires.

### Constat de conformité

Après avoir fait enquête sur une plainte, l'ACFC constate que les mesures prises par l'institution financière en cause sont conformes au code de conduite volontaire ou à l'engagement public de l'institution, qui régit de telles mesures.

### Constat de non-conformité

À l'issue d'une enquête menée par l'ACFC, il est établi que les mesures prises par une institution financière donnée ne sont pas conformes aux conditions d'un code de conduite volontaire ou d'un engagement public qui lui est applicable.

### Constat de non-violation

Après avoir fait enquête sur une plainte, l'ACFC constate que les mesures prises par l'institution financière en cause sont conformes aux obligations liées aux dispositions visant les consommateurs.

### Déclaration sur les responsabilités envers la collectivité

Déclaration que chaque institution financière dont les capitaux propres se chiffrent à 1 milliard de dollars ou plus est tenue de publier chaque année en vertu de la loi et dont elle doit remettre une copie au commissaire de l'ACFC. La déclaration fait état de la contribution de l'institution à l'économie et à la société canadiennes.

### Disposition visant les consommateurs

Disposition d'une loi ou d'un règlement fédéral définie comme étant une disposition visant les consommateurs en vertu de l'article 2 de la Loi sur l'Agence de la consommation en matière financière du Canada. Lorsqu'elle est prescrite par règlement, une infraction à une telle disposition constitue une violation.

### Document déposé

Document dont une institution financière sous réglementation fédérale doit déposer copie à l'ACFC aux termes de la législation (Loi sur les banques, Loi sur les associations coopératives de crédit, Loi sur les sociétés d'assurances ou Loi sur les sociétés de fiducie et de prêt).

### Dossier

Dossier ouvert par la Direction de la conformité et de l'application de l'ACFC relativement à une question de conformité, comme l'infraktion présumée à une disposition visant les consommateurs, un code de conduite ou un engagement public. La Direction se charge de l'examen et de l'évaluation des circonstances se rapportant à la question de conformité.

### Dossier en suspens

Cas de conformité faisant toujours l'objet d'une enquête de l'ACFC au 31 mars de l'année visée par le rapport.

# Annexes





## 9. Sanctions administratives pécuniaires

Le commissaire de l'ACFC peut dresser des procès-verbaux de violation et imposer des sanctions administratives lorsqu'il est d'avis qu'il y a eu violation des dispositions visant les consommateurs ou non-respect d'une entente de conformité conclue en vertu d'une loi figurant à l'annexe 1 de la Loi sur l'Agence de la consommation en matière financière du Canada. La sanction peut représenter jusqu'à 50 000 \$ pour un particulier et 100 000 \$ pour une institution.

Les sanctions imposées par l'ACFC ne constituent pas des produits disponibles et doivent être versées au Trésor. Les fonds ne sont pas mis à la disposition de l'ACFC et ne figurent pas dans le solde des liquidités disponibles. En conséquence, les sanctions n'ont aucun effet de réduction sur le montant que l'ACFC impose au secteur pour financer ses coûts de fonctionnement.

L'ACFC a perçu 101 000 \$ (35 000 \$ en 2006) de sanctions administratives pécuniaires au cours de l'exercice 2006-2007.

## 8. Engagements

Le tableau qui suit fait état des engagements contractuels découlant des ententes de services conclues par l'Agence avec divers ministères et une société d'État pour obtenir des services importants, ainsi que des paiements de location minimaux exigibles d'ici l'échéance du bail contracté par l'Agence pour ses locaux.

Exercice se terminant le 31 mars	Ententes de services	Contrat de location-exploitation	Total
2008	385 702 \$	447 593 \$	833 295 \$
2009	397 606	447 593	845 199
2010	410 107	—	410 107
2011	423 234	—	423 234
2012	437 016	—	437 016
<b>Total</b>	<b>2 053 665 \$</b>	<b>895 186 \$</b>	<b>2 948 851 \$</b>

Appariées et nature du service fourni	Charges	Somme à payer (à recevoir)	Charges	Somme à payer (à recevoir)
2007	2006			
<b>TPSGC</b>				
Locaux	455 581 \$	— \$	479 479 \$	— \$
Gestion et technologie de l'information	340 317	85 114	361 307	90 327
Services de traduction	89 474	9 323	109 786	11 820
Autres services	59 967	59 967	—	—
<b>Conseil du Trésor</b>				
Avantages sociaux	747 757	3 243	760 856	27 573
<b>SADC — Services professionnels</b>				
Gestion du centre d'appels	399 764	—	448 889	93 205
<b>BSIF — Services professionnels</b>				
Services financiers	121 275	—	115 500	—
Services en ressources humaines	105 489	—	140 883	40 000
Services de vérification interne	85 000	85 000	36 600	—
Services de recherche	20 018	—	18 801	—
Ministère des Finances				
Intérêt sur emprunt du Trésor	166 329	—	111 820	—
<b>Total</b>	<b>2 590 971 \$</b>	<b>242 647 \$</b>	<b>2 583 921 \$</b>	<b>262 925 \$</b>

Conformément à la loi en vigueur, les cotisations de l'ACFC au Régime correspondent à 2,14 fois la cotisation des employés pour les salaires inférieurs à 126 500 \$ et à 7,0 fois la cotisation des employés pour les salaires excédant 126 500 \$.

b) Indemnités de départ

Les données relatives au régime d'indemnités de départ de l'ACFC sont présentées dans le tableau qui suit.

	2007	2006
<b>Obligation au titre des indemnités constituées, début de l'exercice</b>	358 428 \$	274 445 \$
Coût des services rendus au cours de l'exercice	49 677	39 213
Intérêts débiteurs	15 836	14 984
Indemnités versées	(21 322)	(3 951)
(Gain actuariel) Perte actuarielle	(36 691)	33 737
Obligation au titre des indemnités constituées, fin de l'exercice <sup>1</sup>	365 928	358 428
Perte actuarielle nette non amortie	(104 437)	(150 127)
<b>Passif au titre des indemnités constituées</b>	<b>261 491 \$</b>	<b>208 301 \$</b>
<b>Coût des services rendus</b>	<b>49 677 \$</b>	<b>39 213 \$</b>
Intérêts débiteurs	15 836	14 984
Amortissement des pertes actuarielles nettes <sup>2</sup>	8 999	8 160
<b>Charge nette du régime d'indemnités</b>	<b>74 512 \$</b>	<b>62 357 \$</b>

<sup>1</sup> Le coût correspondant aux changements annuels apportés au passif au titre des indemnités constituées est recouvert au moyen des cotisations qui font l'objet de la note 2 afférente aux états financiers. Les montants perçus en sus des indemnités payées sont présentés dans le bilan, au titre des liquidités disponibles.

<sup>2</sup> La période d'amortissement représente la durée moyenne résiduelle d'activité des salariés actifs.

Un taux d'actualisation de 4,25 % (4,25 % en 2006) a été utilisé pour établir l'obligation de l'Agence au titre des prestations constituées. Aux fins de l'évaluation du coût des services rendus au cours de l'exercice et de l'obligation au titre des prestations constituées au 31 mars 2007, la meilleure estimation de la direction à l'égard de l'augmentation générale des salaires est une augmentation économique annuelle de 2,0 % pour l'année du régime 2008 (2,5 % en 2006 pour l'année du régime 2007). Par la suite, on prévoit une augmentation économique annuelle de 2,0 % (2,5 % en 2006). La durée moyenne résiduelle d'activité des salariés actifs couverts par le régime de retraite est de 14 ans (13 ans en 2006).

## 7. Opérations entre apparentés

L'ACFC est liée par propriété commune à tous les ministères, organismes et sociétés d'Etat du gouvernement du Canada. L'Agence a conclu des ententes touchant la prestation de services avec plusieurs ministères et une société d'Etat pour obtenir des services importants dont elle et son personnel ont besoin pour remplir son mandat. À l'heure actuelle, l'ACFC travaille avec les partenaires suivants :

- Travaux publics et Services gouvernementaux Canada (TPSGC);
- Société d'assurance-dépôts du Canada (SADC);
- Bureau du surintendant des institutions financières (BSIF).



L'ACFC et tous les employés admissibles cotisent au Régime de retraite de la fonction publique. Ce régime prévoit des prestations en fonction du nombre d'années de service et de la rémunération moyenne à la retraite. Les prestations sont pleinement indexées conformément aux augmentations de l'indice des prix à la consommation. Les cotisations patronales estimatives versées durant l'exercice au Régime de retraite de la fonction publique se sont élevées à 401 460 \$ (393 058 \$ en 2006).

a) Prestations de retraite

## 6. Avantages sociaux futurs

L'ACFC finance ses activités courantes au moyen d'avances de fonds provenant du Trésor. Il n'y avait aucune avance de fonds au 31 mars 2007.

## 5. Emprunt

Catégorie		Solde d'ouverture	Ajouts	Solde de fermeture	Solde d'ouverture	Charge d'amortissement	Solde de fermeture	2007	2006
Valeurs brutes comptables									
Amortissement cumulé									
Valeurs comptables nettes									
Mobilier et agencements	487 460 \$	45 341 \$	532 801 \$	264 106 \$	69 637 \$	333 743 \$	199 058 \$	223 354 \$	
Améliorations locatives	382 843	52 717	435 560	382 843	—	382 843	52 717	—	
Logiciels	91 075	—	91 075	55 855	17 506	73 361	17 714	35 220	
Matériel de bureau	58 928	—	58 928	45 643	5 521	51 164	7 764	13 285	
Matériel informatique	13 615	6 452	20 067	9 976	2 181	12 157	7 910	3 639	
<b>Total</b>	<b>1 033 921 \$</b>	<b>104 510 \$</b>	<b>1 138 431 \$</b>	<b>758 423 \$</b>	<b>94 845 \$</b>	<b>853 268 \$</b>	<b>285 163 \$</b>	<b>275 498 \$</b>	

## 4. Immobilisations

La préparation des états financiers exige que la direction fasse des estimations et formule des hypothèses ayant une incidence sur les montants de l'actif, du passif, des produits et des charges déclarés dans les états financiers. Au moment de la préparation des états financiers, la direction est d'avis que les estimations et les hypothèses sont raisonnables. Les éléments les plus importants pour lesquels on utilise des estimations et des hypothèses sont les coûts des indemnités, le passif global au titre des indemnités de départ et la durée de vie utile des immobilisations. Les résultats réels pourraient différer largement des estimations.

## 3. Incertitude relative à la mesure

Catégorie d'immobilisations		Période d'amortissement
Mobilier et agencements	7 ans	
Améliorations locatives	moindre de la durée de vie utile ou de la durée du bail	
Logiciels	5 ans	
Matériel de bureau	4 ans	
Matériel informatique	3 ans	

Toutes les immobilisations sont comptabilisées initialement au coût d'acquisition. L'amortissement des immobilisations est calculé selon la méthode linéaire et étalé sur la durée de vie utile estimative des éléments d'actif, de la façon suivante :

f) Immobilisations

Les cotisations à verser sont établies chaque année d'après une estimation des coûts de fonctionnement de l'exercice en cours et compte tenu d'un rajustement pour tout écart entre les coûts évalués pour l'exercice précédent et les coûts réels. Le processus de cotisation se déroule avant le 31 décembre de chaque année, conformément au paragraphe 18(1) de la Loi. Par conséquent, au 31 mars de chaque année, les montants peuvent avoir été perçus avant l'engagement des coûts ou, autrement, les fonds peuvent être dus à l'Agence pour financer ses coûts de fonctionnement.

#### c) Avantages sociaux futurs

##### i) Prestations de retraite

Les employés admissibles de l'ACFC participent au Régime de retraite de la fonction publique, géré par le gouvernement du Canada. Ils peuvent également toucher des prestations de retraite supplémentaires conformément à la *Loi sur les régimes de retraite particuliers*. Les prestations de retraite s'accumulent sur une période maximale de 35 ans, au taux de 2 % par année de service ouvrant droit à pension, multiplié par la moyenne des 5 meilleures années salariales consécutives. Les prestations sont intégrées à celles du Régime de pensions du Canada et du Régime de rentes du Québec, et elles sont indexées à l'inflation.

Tant les employés que l'ACFC cotisent au Régime. La responsabilité de l'ACFC à l'égard du Régime se limite au versement de ses cotisations. Les excédents ou les déficits actuariels sont constatés dans les états financiers du gouvernement du Canada, à titre de parrain du Régime.

##### ii) Indemnités de départ

Dans le cadre d'un régime d'indemnités de départ, lorsque leur emploi prend fin, les employés ont droit à certaines indemnités conformément à leurs conditions d'emploi. Le coût des indemnités s'accumule au fur et à mesure que les employés rendent les services ouvrant droit aux indemnités de départ. Ces indemnités sont la seule obligation de l'ACFC qui l'amène à effectuer des paiements ultérieurs. Le coût des indemnités de départ est établi par calcul actuariel le 31 mars de chaque année, à l'aide de la méthode de répartition des indemnités au prorata des services. L'évaluation du passif est fondée sur un taux d'actualisation courant et d'autres hypothèses actuarielles, qui représentent les meilleures estimations à long terme de la direction concernant des facteurs comme les futures augmentations salariales et le taux de démission des employés. L'excédent de tout gain actuariel net (toute perte actuarielle nette) supérieur à 10 % de l'obligation au titre des indemnités est amorti sur la durée moyenne résiduelle d'activité des salariés actifs.

##### iii) Autres avantages futurs

Le gouvernement fédéral parraine divers régimes d'avantages futurs dont les employés actuellement en poste et les anciens employés peuvent bénéficier pendant leur emploi ou après avoir pris leur retraite. Le Régime de soins de santé de la fonction publique et le Régime de services dentaires pour les pensionnés sont les deux grands régimes dont les employés et les retraités de l'ACFC peuvent se prévaloir. Pour ces deux régimes également, la responsabilité de l'ACFC se limite au versement de ses cotisations.

#### d) Liquidités disponibles

L'Agence de la consommation en matière financière du Canada ne possède pas son propre compte bancaire. Toutes les opérations financières de l'Agence passent par le Trésor, un mécanisme bancaire administré par le receveur général du Canada. Les liquidités disponibles de l'ACFC représentent le montant que l'Agence a le droit de retirer du Trésor sans autre autorisation. Ce montant ne produit pas d'intérêts.

#### e) Cotisations à recevoir

Les cotisations à recevoir sont inscrites selon les montants devant être réalisés ultérieurement et elles représentent une créance de Sa Majesté.

## 1. Mandat et objectifs

Le 24 octobre 2001, la Loi sur l'Agence de la consommation en matière financière du Canada (la Loi) est entrée en vigueur, constituant l'Agence de la consommation en matière financière du Canada (l'ACFC ou l'Agence). L'Agence de la consommation en matière financière du Canada est chargée de renforcer la surveillance des mesures de protection des consommateurs dans le secteur des services financiers sous réglementation fédérale et de diversifier les activités d'éducation des consommateurs. Elle est un organisme du gouvernement du Canada et, à ce titre, elle figure à l'annexe I.1 de la Loi sur la gestion des finances publiques. Le mandat de l'ACFC est énoncé dans la Loi sur l'Agence de la consommation en matière financière du Canada et il consiste en ce qui suit :

- a) **superviser** les institutions financières pour s'assurer qu'elles se conforment aux dispositions visant les consommateurs qui leur sont applicables;
- b) **inciter** les institutions financières à se doter de politiques et de procédures pour mettre en œuvre les dispositions visant les consommateurs qui leur sont applicables;
- c) **surveiller** la mise en œuvre des codes de conduite volontaires accessibles au public qui sont adoptés par les institutions financières en vue de protéger les intérêts de leurs clients, et surveiller les engagements publics pris par les institutions financières en vue de protéger les intérêts de leurs clients;
- d) **sensibiliser** les consommateurs aux obligations applicables aux institutions financières assujetties aux dispositions visant les consommateurs;

- e) **favoriser**, en collaboration avec les ministères, sociétés mandataires ou organismes fédéraux ou provinciaux, les institutions financières et les organisations de consommateurs ou autres, la compréhension des services financiers et des questions qui s'y rapportent.
- Le paragraphe 18(3) de la Loi prévoit que le secteur finance les coûts de fonctionnement de l'Agence au moyen de cotisations. Les activités de l'ACFC sont en règle générale entièrement financées de cette façon. Les produits que l'ACFC tire des cotisations sont exigés conformément au Règlement sur les cotisations des institutions financières (*Agence de la consommation en matière financière du Canada*), qui énonce la méthode servant à déterminer la cotisation de chaque institution.

L'Agence gère ses besoins en fonds de roulement en empruntant des fonds du gouvernement du Canada conformément à l'autorisation donnée au paragraphe 13(1) de la Loi.

## 2. Résumé des principales conventions comptables

- a) **Présentation**  
Les présents états financiers ont été préparés conformément aux principes comptables généralement reconnus du Canada.
- b) **Comptabilisation des produits**

L'Agence est tributaire des cotisations des institutions financières pour financer ses coûts de fonctionnement, y compris le coût des avantages sociaux futurs. L'ACFC rapproche ses produits de ses coûts de fonctionnement. Les cotisations qui ont été facturées, et au regard desquelles aucun coût n'a été engagé, sont inscrites au titre des produits reportés sur le bilan.



# Agence de la consommation en matière financière du Canada

## État des flux de trésorerie

Exercice terminé le 31 mars 2007

	Note	2007	2006
<b>FLUX DE TRÉSORERIE LIÉS AUX ACTIVITÉS D'EXPLOITATION</b>			
Encaissements provenant des institutions financières		7 360 815 \$	7 912 343 \$
Décaissements destinés aux fournisseurs et aux employés		(7 070 188)	(7 881 607)
Intérêts payés		(166 304)	(160 315)
Sanctions administratives pécuniaires			
non disponibles versées au Trésor	9	(101 000)	(35 000)
<b>Liquidités générées par les (affectées aux) activités d'exploitation</b>		<b>23 323</b>	<b>(164 579)</b>
<b>ACTIVITÉS D'INVESTISSEMENT</b>			
Acquisition d'immobilisations	4	(104 510)	(25 565)
<b>Liquidités affectées aux activités d'investissement</b>		<b>(104 510)</b>	<b>(25 565)</b>
<b>ACTIVITÉS DE FINANCEMENT</b>			
Nouveaux emprunts		5 000 000	4 500 000
Remboursements		(5 000 000)	(6 000 000)
<b>Liquidités affectées aux activités de financement</b>		<b>—</b>	<b>(1 500 000)</b>
<b>DIMINUTION NETTE DES LIQUIDITÉS DISPONIBLES</b>		<b>(81 187)</b>	<b>(1 690 144)</b>
<b>LIQUIDITÉS DISPONIBLES AU DÉBUT DE L'EXERCICE</b>		<b>1 557 202</b>	<b>3 247 346</b>
<b>LIQUIDITÉS DISPONIBLES À LA FIN DE L'EXERCICE</b>		<b>1 476 015 \$</b>	<b>1 557 202 \$</b>

Les notes complémentaires font partie intégrante des présents états financiers.

# Agence de la consommation en matière financière du Canada

## État des résultats et de l'avoir du Canada

Exercice terminé le 31 mars 2007

Note

### PRODUITS

Cotisations	8 025 626 \$	7 291 054 \$
Autres produits	13 618	718
<b>Total des produits</b>	<b>8 039 244</b>	<b>7 291 772</b>

### CHARGES

Salaires et avantages sociaux	4 142 349	4 060 273
Services professionnels	1 822 356	1 236 837
Frais administratifs et autres	676 507	541 435
Locaux	594 860	671 161
Gestion et technologie de l'information	509 745	516 182
Intérêts	166 329	111 820
Déplacements	127 098	154 064
<b>Total des charges</b>	<b>8 039 244</b>	<b>7 291 772</b>

<b>Résultats d'exploitation avant les sanctions administratives pécuniaires</b>	—	—
Sanctions administratives pécuniaires	9	101 000
Sanctions administratives pécuniaires réalisées pour le compte du gouvernement	(101 000)	(35 000)
<b>Résultats d'exploitation nets</b>	<b>—</b>	<b>—</b>

### AVOIR DU CANADA AU DÉBUT DE L'EXERCICE

### AVOIR DU CANADA À LA FIN DE L'EXERCICE

\$ —	\$ —
------	------

Les notes complémentaires font partie intégrante des présents états financiers.

# Agence de la consommation en matière financière du Canada

## Bilan

31 mars 2007

### ACTIF

#### À court terme

Liquidités disponibles	1 476 015 \$	1 557 202 \$
Cotisations à recevoir	50 320	61 896
Cotisations constatées	128 244	—
Autres actifs	119 042	136 079
Immobilisations	285 163	275 498
<b>TOTAL DE L'ACTIF</b>	<b>2 058 784 \$</b>	<b>2 030 675 \$</b>

### PASSIF

#### À court terme

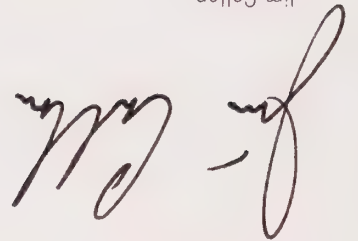
Créditeurs et charges à payer	1 797 293 \$	974 406 \$
Produits reportés	—	847 968
Avantages sociaux futurs	261 491	208 301
<b>Total du passif</b>	<b>2 058 784</b>	<b>2 030 675</b>
Avoir du Canada	—	—
<b>TOTAL DU PASSIF ET DE L'AVOIR DU CANADA</b>	<b>2 058 784 \$</b>	<b>2 030 675 \$</b>

#### Engagements

8

Approuvé par :

Le commissaire par intérim de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada,



Jim Callon

Les notes complémentaires font partie intégrante des présents états financiers.

2006

2007

Note





## RAPPORT DU VÉRIFICATEUR

Au ministre des Finances

J'ai vérifié le bilan de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada au 31 mars 2007 et les états des résultats et de l'avoir du Canada et des flux de trésorerie de l'exercice terminé à cette date. La responsabilité de ces états financiers incombe à la direction de l'Agence. Ma responsabilité consiste à exprimer une opinion sur ces états financiers en me fondant sur ma vérification.

Ma vérification a été effectuée conformément aux normes de vérification généralement reconnues du Canada. Ces normes exigent que la vérification soit planifiée et exécutée de manière à fournir l'assurance raisonnable que les états financiers sont exempts d'inexactitudes importantes. La vérification comprend le contrôle par sondages des éléments probants à l'appui des montants et des autres éléments d'information fournis dans les états financiers. Elle comprend également l'évaluation des principes comptables suivis et des estimations importantes faites par la direction, ainsi qu'une appréciation de la présentation d'ensemble des états financiers.

À mon avis, ces états financiers donnent, à tous les égards importants, une image fidèle de la situation financière de l'Agence au 31 mars 2007 ainsi que des résultats de son exploitation et de ses flux de trésorerie pour l'exercice terminé à cette date selon les principes comptables généralement reconnus du Canada.

Pour la vérificatrice générale du Canada,

Michael A. Pickup, CA  
directeur principal

Ottawa, Canada  
Le 18 mai 2007

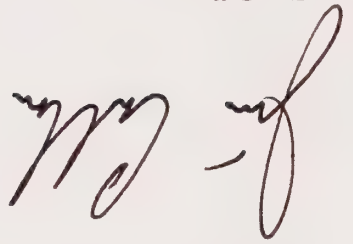
## Responsabilité de la direction à l'égard des états financiers

La direction de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada (ACFC) est responsable de l'intégrité et de l'objectivité des états financiers ci-joints et de leur concordance avec toutes les autres informations figurant dans le présent rapport annuel.

Ces états financiers, qui contiennent des montants établis d'après les meilleures estimations de la direction, déterminées par l'expérience et le jugement, ont été préparés conformément aux principes comptables généralement reconnus du Canada pour le secteur privé. La direction a élaboré et tenu à jour des livres comptables, des registres, des contrôles internes, des pratiques de gestion et des systèmes d'information conçus pour offrir l'assurance raisonnable que les actifs sont protégés et contrôlés, que les ressources sont gérées de façon économique et efficiente aux fins de l'atteinte des objectifs de l'organisme, et que les opérations sont effectuées conformément à la *Loi sur la gestion des finances publiques* et aux règlements connexes, ainsi qu'aux politiques et aux obligations légales de l'ACFC.

La vérificatrice générale du Canada, qui est le vérificateur indépendant du gouvernement du Canada, a vérifié les états financiers de l'ACFC, et elle rend compte de sa vérification au ministre des Finances.

Le commissaire par intérim de l'Agence de la  
consommation en matière financière du Canada,



Jim Callon

La commissaire adjointe par intérim de  
l'Agence de la consommation en matière  
financière du Canada,



Susan Murray

Ottawa, Canada  
Le 18 mai 2007

## Points saillants 2006-2007

L'Agence de la consommation en matière financière du Canada (ACFC) est un organisme fédéral financé par les cotisations que versent les institutions financières sous réglementation fédérale. Les cotisations des banques couvrent plus de 90 p. 100 des coûts de l'ACFC, car la plupart des dispositions visant les consommateurs au respect desquelles veille l'Agence s'appliquent à elles et à leurs produits financiers.

Pour 2006-2007, le budget avait été fixé à 8,54 millions de dollars, à la fin de l'exercice, les dépenses totales se chiffraient à 8,04 millions de dollars. L'excédent approximatif de 500 000 \$ se composait d'un fonds pour éventualités de 200 000 \$ intégré au budget annuel, qu'il n'a pas été nécessaire d'utiliser. Un excédent a été enregistré notamment pour le poste de dépenses lié aux ressources humaines, en raison du processus de recrutement plus long que prévu pour doter certains postes.

L'Agence a continué d'accroître le nombre d'initiatives soigneusement ciblées qu'elle mène dont la distribution d'information en joignant des encarts aux chèques du gouvernement du Canada. Ce faisant, l'ACFC a maintenu sa participation au Pavillon du Canada, une exposition itinérante, et à d'autres événements qui attirent de vastes publics. Dans le cadre d'un sondage réalisé par l'Agence en 2006-2007, les intervenants et les partenaires ont indiqué que cette participation à des événements publics et à des forums constituait une bonne occasion de réseautage pour l'ACFC. Ils étaient aussi d'avis que l'annexe d'encarts aux chèques du gouvernement à des fins d'information était une stratégie efficace et rentable. En 2006-2007, l'ACFC a également mené une campagne médiatique ciblée dans les provinces de l'Atlantique, qui a coïncidé avec sa participation au Pavillon du Canada à Moncton (Nouveau-Brunswick). Grâce à toutes ces activités, l'Agence a contribué à mieux faire connaître au public les services que le gouvernement fédéral offre aux consommateurs en matière financière.

En 2006-2007, pour faire face aux pressions découlant de la charge de travail accrue et pour mener à bien certains des travaux prévus dans son plan d'activités, l'ACFC a créé deux postes :

- un poste d'adjoint administratif de durée indéterminée;
  - un poste de concepteur Web pour un an.
- Depuis sa création, conformément au principe de gestion qui la guide, l'Agence met l'accent sur l'exécution du programme prévu par la loi qui la régit. Lorsque cela est rentable, nous avons donc opté pour la formule des services communs ou partagés en ce qui concerne les services ministériels génériques.

L'ACFC souscrit encore au concept des accords de services communs et elle a pris des dispositions avec les organismes suivants :

- le Bureau du surintendant des institutions financières pour les ressources humaines, la gestion comptable et l'administration, les services de vérification interne et les services de recherche;
- la Société d'assurance-dépôts du Canada pour un centre d'appels conjoint.

Ces partenariats stratégiques donnent à l'Agence la souplesse requise pour gérer un programme en évolution de la manière la plus rentable et la plus efficiente possible.

L'Agence poursuit la mise en œuvre de son plan de vérification interne pluriannuel, établi en 2005-2006.

Au cours de l'année écoulée, nous avons mené la troisième vérification interne de l'ACFC, qui a porté sur la procédure de traitement des cas suivie par l'Agence pour les plaintes liées aux dispositions visant les consommateurs. Les résultats de l'évaluation ont été affichés dans le site Web de l'ACFC au début de 2007-2008.

Le Bureau du vérificateur général du Canada continue à vérifier chaque année les états financiers de l'ACFC.

La direction de l'Agence est déterminée à offrir un programme efficace qui répond aux attentes du Parlement et des consommateurs canadiens. En outre, elle appuie toujours sans réserve les principes de la fonction de contrôleur moderne et s'efforce de les mettre à exécution.

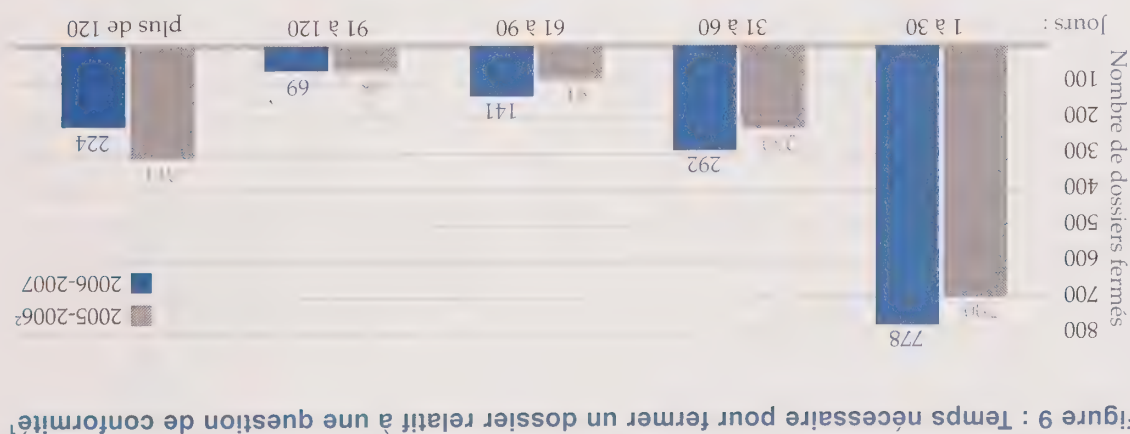


# États financiers



*Direction de la conformité et de l'application*

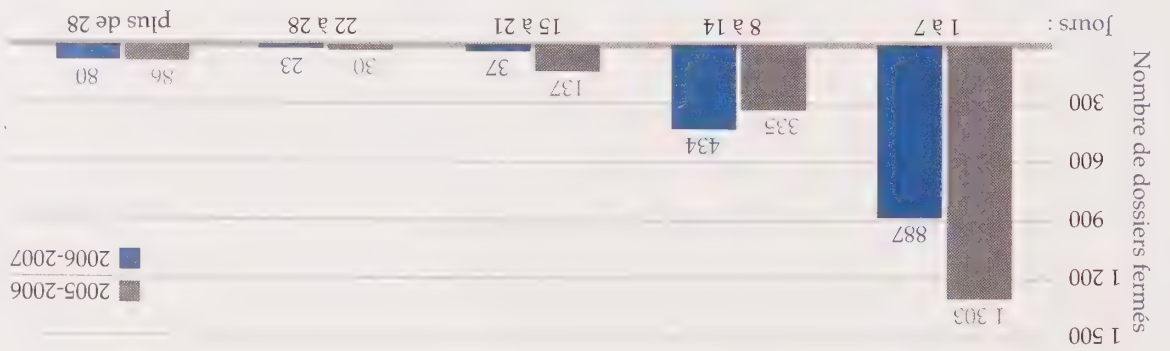
La Direction de la conformité et de l'application traite les dossiers liés à la conformité le plus efficacement et rapidement possible. Comme le montre la **figure 9**, au cours de l'exercice écoulé, la Direction a fermé près de 52 p. 100 des dossiers dans un délai de 30 jours ouvrables. Plus de 71 p. 100 des dossiers ont été fermés dans un délai de 60 jours ouvrables.



Comprend les plaintes et les demandes de renseignements des consommateurs, les plaintes signalées par les institutions et les dépôts de documents. Ne comprend pas les demandes des médias.  
Les chiffres se rapportant à 2005-2006 ont été rajustés depuis la parution du Rapport annuel 2005-2006 pour présenter un tableau plus exact des activités menées au cours de cette année

Nous diffusons de l'information détaillée sur notre rendement dans le *Rapport d'évaluation de la gestion des programmes et du rendement*. Publié annuellement, ce rapport est affiché dans le site Web de l'Agence; il est également offert en version imprimée.

**Figure 8 : Temps nécessaire pour fermer un dossier ouvert après la réception d'une lettre ou d'un courriel, ou la visite d'un consommateur, pour des questions autres que la conformité<sup>1</sup>**



<sup>1</sup> Comprend également les appels téléphoniques exigeant une réponse par écrit. Ne comprend pas les demandes des médias et les communications liées aux activités de liaison externe.



## Service aux consommateurs

Nous suivons notre rendement du point de vue des délais en matière de service aux consommateurs dans trois principaux secteurs d'activité : le Centre de communications avec les consommateurs, l'Unité de la correspondance et la Direction de la conformité et de l'application.

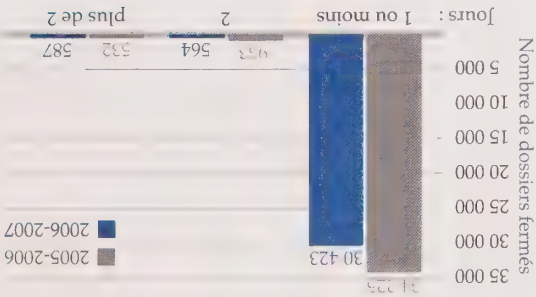
### Centre de communications avec les consommateurs

Le Centre de communications avec les consommateurs répond aux demandes de renseignements faites par téléphone. En 2006-2007, le temps d'attente moyen pour parler à un de nos représentants était de 28 secondes pour la majorité des demandeurs. Plus de 96 p. 100 des demandes de renseignements téléphoniques ont été traitées le jour même. Pour des détails, voir la figure 7.

### Unité de la correspondance

L'Unité de la correspondance est chargée de répondre aux courriels et aux lettres des consommateurs. En 2006-2007, l'Unité a répondu à plus de 90 p. 100 de ces communications dans les 14 jours ouvrables suivant leur réception, en hausse contre 86,5 p. 100 l'année précédente. La figure 8 donne d'autres renseignements à ce sujet.

**Figure 7 : Temps nécessaire pour fermer un dossier relatif à un appel téléphonique reçu par le Centre de communications avec les consommateurs<sup>1</sup>**



<sup>1</sup> Ne comprend pas les demandes des médias et les communications liées aux activités de liaison externe et aux questions de conformité.

# Rendement de l'ACFC



À la suite de l'évaluation des ressources humaines effectuée par la haute direction, nous avons dressé un plan de dotation pour 2007-2008.

Nous avons de nouveau mené notre sondage auprès des employés pour recueillir leurs points de vue sur diverses questions organisationnelles et pour connaître leur niveau de satisfaction à l'égard de ces questions. Les membres du personnel sont toujours d'avis que l'Agence est un très bon endroit où travailler.

### 3) Gestion intégrée du risque

Au cours de l'exercice écoulé, nous avons actualisé certains éléments du profil de risque de l'ACFC. Nous avons aussi élaboré et mis à jour, au besoin, des rapports sur la gestion du risque dans le cadre de la surveillance du déploiement des principaux efforts d'atténuation des risques. Au moins une fois par an, nous présentons des rapports de suivi au Comité de vérification de l'Agence.

Le plan d'activités 2007-2009 de l'ACFC fait état de certains des principaux risques et prévoit les efforts qui devront être faits pour les atténuer.

### 4) Gérance rigoureuse

Nous continuons de collaborer avec le Bureau du surintendant des institutions financières pour la mise en œuvre de nos services de vérification interne et avec le Bureau du vérificateur général du Canada pour la vérification annuelle des états financiers de l'Agence.

Tous les documents pertinents liés aux vérifications de l'ACFC sont présentés à notre Comité de vérification. Les rapports de vérification interne sont rendus publics dans le site Web de l'Agence.

Nous avons actualisé le plan de vérification interne pluriannuel de l'ACFC après avoir mis à jour le profil de risque organisationnel et la matrice des risques liés aux processus administratifs de l'Agence. En 2006-2007, nous avons mené notre troisième vérification interne. Celle-ci était axée sur le processus de traitement des cas pour le règlement des plaintes liées aux dispositions visant les consommateurs.

Dans d'autres domaines de la gérance, nous avons continué d'améliorer nos rapports pour renforcer le processus décisionnel de la haute direction.

avec les cibles et les engagements en matière de rendement pour l'année. Ces cibles et ces engagements sont exposés dans le plan d'activités de l'ACFC.

Pour assurer une surveillance efficace des activités, nous produisons des rapports statistiques et des rapports de gestion hebdomadaires, bimensuels et mensuels. En 2006-2007, nous avons aussi mis au point et produit des fiches de rendement trimestrielles pour faire état de données et d'indicateurs particuliers, tels que définis dans le plan d'activités.

Nous avons également fait l'essai d'un cadre de mesure du rendement pour guider les projets de l'ACFC et veiller à ce qu'ils soient le meilleur moyen d'atteindre les objectifs stratégiques de l'ACFC. En 2007-2008, nous avons l'intention d'appliquer ce cadre à tous les projets pertinents.

En 2005-2006, l'ACFC a réalisé un exercice d'analyse comparative de concert avec d'autres organismes nationaux et internationaux pour parfaire et reconnaître ses normes de rendement. À titre de suivi, nous avons adopté des cibles et des engagements en matière de rendement pour les services aux consommateurs. Afin d'être sûrs d'atteindre ces cibles et de respecter ces engagements dans les meilleurs délais pour répondre aux besoins des consommateurs, nous continuons à examiner nos processus et nos procédures, en particulier ceux qui touchent le Centre de communications avec les consommateurs et l'Unité de la correspondance de l'Agence.

Enfin, nous avons mené pour la première fois un sondage auprès des intervenants et des partenaires de l'Agence. Le sondage, qui est un outil important du CGRR, nous permet d'évaluer divers éléments de programme. Les résultats nous serviront de points de référence pour suivre l'évolution de certains secteurs de programme. Nous avons l'intention d'effectuer ce sondage tous les trois ans.

### 2) Ressources humaines

En 2006-2007, nous avons exécuté le deuxième Plan des ressources humaines de l'Agence. Il s'agit d'un processus d'examen des postes essentiels, des nouveaux postes requis (tels que précisés dans le plan d'activités), des retraites prévues, des compétences fondamentales, des besoins en matière de formation et des possibilités de perfectionnement.



Les indicateurs de rendement et la méthode utilisées pour la stratégie et le plan d'évaluation de l'ACFC s'appuient sur les données tirées de notre mesure du rendement approfondie et permanente. Notre système de gestion intégrée des cas fondé sur le Web saisit les données et l'information concernant

- une stratégie d'évaluation présentant les problèmes, les questions et les données liées à l'évaluation;
- une stratégie en matière de rapport.

Le Rapport d'évaluation de la gestion des programmes de l'ACFC publie une fois par an, décrit les réalisations et les résultats de l'Agence pour chaque exercice. Ce rapport compare également les résultats obtenus

rapports et de la prise de décisions. Les communications avec les consommateurs. Nous améliorons sans cesse nos systèmes de saisie et de suivi des données pour que l'information requise au titre du CGRR soit recueillie et utilisée de manière efficace et efficiente en vue de l'établissement de



## RÉSULTATS POSSIBLES

Il est établi qu'il ne s'agit pas d'une question liée à la conformité. L'ACFC termine le dossier et informe l'institution financière à cet effet, par écrit.

Le directeur, après avoir obtenu l'approbation du commissaire adjoint, peut fermer le dossier en précisant qu'il ne s'agit pas d'une question de fond, si :

- le problème n'est ni systémique ni grave;
- le cas découle d'une erreur administrative et/ou est lié à une question peu ou non préjudiciable;
- les politiques et les procédures de l'institution semblent soutenir suffisamment l'exigence de conformité;
- l'institution financière a pris des mesures pour régler le problème immédiatement.

Une lettre peut être adressée à l'institution pour la sensibiliser à la question.

## PROCESSUS

L'ACFC ouvre un dossier de conformité dans les situations suivantes :

- un consommateur adresse une plainte à l'ACFC, qui suscite une préoccupation en matière de conformité;
- une institution financière signale une éventuelle question liée à la conformité;
- les activités de surveillance de l'ACFC, y compris celles qui suivent, révèlent une éventuelle préoccupation en matière de conformité :
- examens et enquêtes de l'ACFC;
- analyses de l'ACFC fondées sur le marché (par exemple une évaluation mystère);
- sondages auprès des consommateurs ou reportages médiatiques;
- observations de l'ACFC.

Le directeur de la Conformité et de l'Application de l'ACFC confie le cas à un agent de conformité. L'agent amorce une enquête et demande des renseignements concrets au plaignant et/ou à l'institution financière.

L'agent de conformité remplit un formulaire d'évaluation pour établir la priorité du cas.

Figure 6 : Processus de gestion des cas de conformité au 31 mars 2007

## Gestion moderne

L'ACFC est déterminée à offrir des programmes efficaces et axés sur le citoyen, qui tiennent compte de son cadre de gestion et de responsabilisation axé sur les résultats (CCGR). Le cas échéant, nous mettons en œuvre et tenons à jour notre plan d'action pour améliorer nos procédés de gestion. Cette année, nous avons continué d'axer nos efforts sur les quatre domaines qui suivent.

- 1) Information intégrée sur le rendement
    - un modèle logique qui fait en sorte que le programme de l'ACFC du point de vue des activités planifiées, des produits connexes et des résultats escomptés soit conforme à son mandat prévu par la loi;
- Le cadre comprend :
- Le CCGR demeure la pierre angulaire de la stratégie d'évaluation du rendement de l'ACFC.

• les ventes liées avec coercition;

• la divulgation des politiques sur la retenue des fonds déposés par chèque;

• la communication de l'information aux consommateurs à propos de l'ACFC lorsqu'ils veulent déposer une plainte concernant un produit ou un service;

• la divulgation de renseignements sur les frais et les intérêts applicables aux comptes;

• la préparation des déclarations sur les responsabilités envers la collectivité;

• l'établissement de procédures de traitement des plaintes;

• la divulgation du coût d'emprunt.

La Direction surveille aussi la conformité aux codes de conduite volontaires et aux engagements publics adoptés par les institutions financières fédérales, directement ou par l'intermédiaire d'une association du secteur, et elle rend compte de sa surveillance. Les codes portent sur des sujets comme les cartes de débit et les relations entretenues avec les petites et moyennes entreprises en matière de crédit.

De plus, la Direction exerce les fonctions suivantes :

• faire enquête sur les plaintes et donner suite aux questions de conformité relatives aux dispositions visant les consommateurs relevant de l'une ou l'autre des lois que l'ACFC est chargée de faire respecter;

• gérer l'application du cadre de conformité de l'Agence et veiller à ce que les institutions financières sous réglementation fédérale s'y conforment;

• surveiller les systèmes de suivi de l'Agence en vue de déceler des tendances en matière de conformité;

• encourager les institutions financières à élaborer des politiques et des procédures aux fins de la mise en œuvre des dispositions visant les consommateurs qui leur sont applicables;

• promouvoir une culture de la conformité au sein des institutions financières sous réglementation fédérale.

## Services juridiques

Le ministère de la Justice Canada fournit des services juridiques à l'ACFC. Un avocat-conseil de ce ministère fait partie de notre équipe de direction et relève directement du commissaire. L'avocat-conseil donne des avis sur tous les aspects du mandat et des activités de l'Agence.

## Services administratifs

La Direction des services administratifs de l'ACFC assure la gestion des services suivants : finances, ressources humaines, accès à l'information et protection des renseignements personnels, installations, documents, informatique, protection, santé et sécurité au travail, courrier et messagerie, et distribution des publications.

Parmi les instruments de surveillance de la conformité dont dispose la Direction, mentionnons les analyses fondées sur le marché (évaluations mystères), les sondages auprès des consommateurs, l'analyse des plaintes et des demandes de renseignements, l'examen annuel et les examens spéciaux des institutions financières sous réglementation fédérale, ainsi que les études effectuées par des tiers.

Les membres de l'ACFC tiennent régulièrement des réunions avec des représentants des institutions financières. Certaines réunions ont lieu tous les trimestres pour échanger de l'information sur des sujets d'intérêt commun, comme les activités de surveillance, les questions liées à la conformité à l'échelle du secteur et les points de vue du commissaire sur la conformité aux lois, aux règlements, aux codes volontaires et aux engagements publics. L'Agence a pour but de protéger les consommateurs canadiens de produits et de services financiers, et de promouvoir la conformité aux règlements, ce qui nécessite la collaboration des institutions financières.



## Rôles et responsabilités opérationnels

### Le commissaire

Le commissaire de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada est nommé pour une période pouvant aller jusqu'à cinq ans. M. Jim Callon occupe ce poste par intérim depuis le 1<sup>er</sup> novembre 2006.

Le commissaire assume notamment les responsabilités suivantes :

- déposer un rapport chaque année au Parlement par l'intermédiaire du ministre des Finances et rendre compte régulièrement au ministre des Finances des activités et des constatations de l'Agence;

- gérer les activités de l'ACFC, y compris tous les aspects des programmes, des finances, de l'administration et des ressources humaines;
- surveiller 429 institutions financières sous réglementation fédérale pour déterminer si elles se conforment aux dispositions législatives visant les consommateurs qui leur sont applicables, de même qu'à leurs propres codes de conduite volontaires et engagements publics;

- mener des initiatives d'envergure nationale en matière d'éducation pour définir les besoins des consommateurs sur le plan des connaissances financières, et y répondre.

Le commissaire de l'ACFC est membre d'office du conseil d'administration de la Société d'assurance-dépôts du Canada (SADC). Il fait aussi partie du Comité de surveillance des institutions financières, présidé par le surintendant des institutions financières. De plus, il est membre du Comité consultatif supérieur, présidé par le sous-ministre des Finances; à ce titre, il met ses connaissances et ses compétences dans le domaine de la consommation au service du Comité, lequel fournit des conseils stratégiques au ministre des Finances sur les grandes questions financières.

### Direction de l'éducation des consommateurs et des affaires publiques

En vertu de la Loi sur l'Agence de la consommation en matière financière du Canada, l'ACFC a pour mandat de sensibiliser les consommateurs aux obligations des institutions financières en vertu des dispositions législatives visant les consommateurs qui leur sont applicables, et de favoriser leur compréhension des services financiers et des questions s'y rapportant. À cette fin, la Direction de l'éducation des consommateurs et des affaires publiques de l'Agence exerce les fonctions suivantes :

- préparer des documents d'information pour permettre aux consommateurs de mieux connaître les obligations législatives des institutions financières, ainsi que les produits et les services financiers;
- mener des travaux de recherche et des sondages; diffuser de l'information par l'intermédiaire des médias, du site Web de l'ACFC et des intervenants;
- assurer la liaison avec les groupes communautaires, les associations et d'autres intervenants;
- traiter la correspondance avec les consommateurs; répondre aux besoins du centre d'appels de l'ACFC (exploité par la SADC).

### Direction de la conformité et de l'application

La Direction de la conformité et de l'application de l'ACFC a pour tâche de surveiller les institutions financières afin de s'assurer qu'elles se conforment aux dispositions visant les consommateurs de la Loi sur les banques, de la Loi sur les sociétés de fiducie et de la Loi sur les associations coopératives de crédit.

- Les dispositions visant les consommateurs sont énumérées à l'annexe B. De façon générale, elles se rapportent aux activités suivantes :
- l'ouverture des comptes de dépôt de détail;
- l'encaissement des chèques du gouvernement fédéral;
- la fermeture des succursales de détail;

# Activités de l'ACFC







Le tableau 9 présente la façon dont l'ACFC a traité les plaintes portant sur les fermetures de succursales au cours des deux dernières années.

**Tableau 9 : Questions relatives aux fermetures de succursales**

	2005-2006	2006-2007
Préavis de fermeture de succursales déposés par les institutions financières <sup>1</sup>	109	101
Plaintes reçues au sujet des fermetures de succursales <sup>2</sup>	19	40
Demandes visant la modification des exigences de préavis de fermeture de succursales		
Reçues	0	0
En suspens	0	0
Accordées	0	1
Refusées	0	0
Demandes visant la tenue de réunions publiques concernant des fermetures de succursales <sup>3</sup>		
Reçues	4	7
En suspens	0	3
Retirées	2	3
Nombre de fermetures de succursales pour lesquelles des demandes visant la tenue d'une réunion ont été reçues, et des réunions ont été exigées ou non exigées		
Succursales pour lesquelles des demandes visant la tenue d'une réunion ont été reçues	3	8
Succursales pour lesquelles le commissaire a exigé la tenue d'une réunion	0	0
Succursales pour lesquelles le commissaire n'a pas exigé la tenue d'une réunion <sup>4</sup>	2	2

<sup>1</sup> Comprend le nombre total de préavis de fermeture de succursales déposés, y compris pour les succursales non visées par la définition

<sup>2</sup> Il s'agit de plaintes liées aux fermetures de succursales; les auteurs des plaintes ne demandaient pas la tenue d'une réunion.

<sup>3</sup> Dans certains cas, il s'agit de demandes multiples concernant la même succursale.

<sup>4</sup> Les institutions décident souvent de leur plein gré de tenir une réunion publique sans que le commissaire l'exige officiellement.

**Tableau 8 : Dossiers fermés pour des cas de conformité relatifs aux codes de conduite et aux engagements publics<sup>1</sup>, selon le type de disposition, 2006-2007**

Codes de conduite	Respect	Non-respect	Retrait	Question autre que la conformité <sup>2</sup>	Nombre total de dossiers fermés en 2006-2007
Activités d'assurance autorisées	10	0	0	3	13
Code relatif aux cartes de débit	32	8	10	3	53
Code de conduite sur les relations des banques avec les petites et moyennes entreprises	6	0	2	2	10
<b>Engagements publics</b>					
Accessibilité des procédures de traitement des plaintes	10	0	1	0	11
Entente sur les comptes à frais modiques	2	0	0	0	2
Cartes de crédit — Généralités	0	0	0	1	1
Cartes de crédit — Visa e-Promesse	1	0	0	0	1
Cartes de crédit — Responsabilité zéro	24	1	4	0	29
Lignes directrices applicables au transfert des régimes enregistrés	3	0	1	0	4
Engagement relatif aux services non sollicités	5	3	0	1	9
<b>Total</b>	<b>93</b>	<b>12</b>	<b>18</b>	<b>10</b>	<b>133</b>

<sup>1</sup> Pour une définition de ces termes, voir l'annexe A (Glossaire) et l'annexe C (Principaux codes de conduite

et engagements publics sous la surveillance de l'ACFC).

<sup>2</sup> Après un examen plus poussé, il a été déterminé qu'il ne s'agissait pas d'un cas relatif à une question de conformité.

Le **tableau 8** indique comment l'ACFC a réglé les cas liés aux codes de conduite et aux engagements publics en 2006-2007. Nous avons traité et fermé 133 dossiers au cours de l'année; la plupart de ceux-ci se rapportaient au code relatif aux cartes de débit et aux cartes de crédit (responsabilité zéro).

Régie à l'échelle du secteur	Régie au moyen d'une entente	Négligeable	Non-violation	Non lié à la conformité	Autre	Violation	Retrait	Refus	Acceptation	Examen terminé	Nombre total de dossiers
48	10	85	904	112	9	11	42	2	1	1	1 225
2		1	5								8
		4	5	4	1		1				15
			8	1			1				10
			1								1
		1	10	1			1				13
6			38	3			1				48
1		5	24	3							33
			4								4
4		12	10	5							31
		1									1
		1	4	1	1						7
		3		2			1				6
			3								3



**Tableau 7 : Dossiers termes pour des cas relatifs aux dispositions visant les consommateurs, selon le type de disposition<sup>1</sup>, 2006-2007 (suite)**

**Dispositions visant les consommateurs**

Divulgateion concernant les services facultatifs

Généralités

Remise de relevés annuels

**Hypothèques**

Divulgateion en langage simple

Divulgateion des changements apportés au coût d'emprunt ou à la convention de crédit

Divulgateion du coût d'emprunt exprimé en taux annuel

Divulgateion du coût d'emprunt lorsque l'hypothèque est accordée

Divulgateion de l'information concernant le remboursement des prêts, les rabais et les frais

Divulgateion des frais autres que les frais d'intérêt lorsque l'hypothèque est accordée

Divulgateion de l'information requise dans la publicité

Divulgateion concernant les services facultatifs

Généralités

Obligation de donner un préavis de 21 jours avant la date de renouvellement de l'hypothèque

**Remise d'une déclaration sur les responsabilités envers la collectivité**

**Total**

<sup>1</sup> Pour une définition de ces termes, voir l'annexe A (Glossaire).

<sup>2</sup> Les ententes de conformité comprennent également des plans d'action moins officiels.

<sup>3</sup> Après un examen plus poussé, il a été déterminé qu'il ne s'agissait pas d'un cas relatif à une question de conformité.

<sup>4</sup> IFF : institution financière fédérale.



Tableau 7 : Dossiers fermés pour des cas relatifs aux dispositions visant les consommateurs, selon le type de disposition, 2006-2007 (suite)

## Dispositions visant les consommateurs

Divulgateur des changements apportés au coût d'emprunt ou à la convention de crédit	Divulgateur du coût d'emprunt exprimé en taux annuel	Divulgateur du coût d'emprunt lorsque la carte est attribuée	Divulgateur des frais autres que les frais d'intérêt lorsque la carte est attribuée	Divulgateur de l'information requise dans les relevés mensuels	Divulgateur de l'information requise dans la publicité	Divulgateur de l'information requise dans les formulaires de demande	Divulgateur concernant les services facultatifs	Généralités	Remise de relevés mensuels
---	--	--	---	--	--	--	---	-------------	----------------------------

Divulgateion des frais

## Divulgation de la politique de retenue sur les chèques

Divulgateion des taux d'intérêt — Généralités

Non-divulgation de la façon de communiquer avec l'ACFC

## Chèques du gouvernement du Canada

<p> Affichage et accessibilité de l'information concernant le Règlement sur l'accès aux services bancaires de base  Frais d'encaissement prélevés  Remise d'un avis de refus écrit  Refus d'encaisser </p>
--

## Dépôts indicieels — Divulgation de l'information requise

### Marges de crédit

Divulgateur des changements apportés au coût d'emprunt ou à la convention de crédit	Divulgateur du coût d'emprunt exprimé en taux annuel	Divulgateur du coût d'emprunt lorsque la marge de crédit est accordée	Divulgateur des frais autres que les frais d'intérêt lorsque la marge de crédit est accordée	Divulgateur du droit de remboursement par anticipation	Divulgateur de l'information requise dans la publicité	Divulgateur concernant les services facultatifs	Généralités	Remise de relevés mensuels
---	--	---	--	--	--	---	-------------	----------------------------

## Prêts

Divulgateur des changements apportés au coût d'emprunt ou à la convention de crédit	Divulgateur du coût d'emprunt exprimé en taux annuel	Divulgateur du coût d'emprunt lorsque le prêt est consenti	Divulgateur de l'information concernant le remboursement des prêts, les rabais et les frais	Divulgateur des frais autres que les frais d'intérêt lorsque le prêt est consenti
---	--	--	---	---





**Tableau 7 : Dossiers fermés pour des cas relatifs aux dispositions visant les consommateurs, selon le type de disposition<sup>1</sup>, 2006-2007**

Le **tableau 7** indique le nombre de dossiers fermés au cours de l'année pour des cas se rapportant aux dispositions visant les consommateurs.

**Dispositions visant les consommateurs**

**Comptes**

Prélèvement de frais sans consentement explicite

Divulgateion des frais

Divulgateion des frais à l'ouverture d'un compte

Divulgateion des taux d'intérêt applicables aux comptes et du mode de calcul

Divulgateion de l'information requise dans l'avis de refus écrit

Affichage et accessibilité de l'information concernant le *Règlement sur l'accès aux services bancaires de base*

Généralités

Remise des conventions de compte et des procédures de traitement des plaintes

Remise d'un préavis de majoration des frais ou de prélèvement de nouveaux frais

Remise d'un préavis de majoration des frais ou de prélèvement de nouveaux frais pour un deuxième compte

Remise d'un avis de refus écrit

Refus d'ouvrir — Généralités

Refus d'ouvrir — Faillite

Refus d'ouvrir — Antécédents en matière de crédit

Refus d'ouvrir — Pas d'emploi

Refus d'ouvrir — Pas de pièce d'identité valable

**Fermietures de succursales**

Remise du préavis requis

Demandes visant la tenue de réunions publiques

Généralités

Demandes visant la modification des exigences de communication

**Ventes liées avec coercition**

Affichage et accessibilité d'un avis d'interdiction de ventes liées avec coercition

Généralités

**Procédures de traitement des plaintes**

Etablissement de procédures de traitement des plaintes

Non-respect des exigences concernant le dépôt de documents

Obligation des IFF<sup>4</sup> autres que les banques d'adhérer à un organisme tiers de règlement des différends

Désignation d'un comité de surveillance des procédures

**Coût d'emprunt**

**Cartes de crédit**

Divulgateion en langage simple

Divulgateion des changements apportés aux frais autres que les frais d'intérêt

Le tableau 6 indique comment l'Agence a réglé les 11 cas de conformité pour lesquels des mesures ont été prises en 2006-2007. Dans tous les cas, le commissaire a constaté des violations de lois fédérales.

**Tableau 6 : Dossiers fermés pour des cas de conformité ayant fait l'objet de mesures, 2006-2007**

Comptes			
Dispositions visant les consommateurs		Nombre de dossiers fermés	Nombre de violations établies
Decisions du commissaire			
Non-affichage et non-accessibilité de l'information concernant le Règlement sur l'accès aux services bancaires de base <sup>1</sup>		1	1
1 procès-verbal de violation et 1 sanction administrative (5 000 \$)			
Non-divulgaration des frais		1	1
1 avis de décision et 1 sanction administrative (5 000 \$)			
Cartes de crédit			
Non-remise de relevés mensuels		1	1
1 avis de décision et 1 sanction administrative (5 000 \$)			
Non-divulgaration du coût d'emprunt exprimé en taux annuel		2	2
2 avis de décision, pas de sanction administrative			
Non-divulgaration du coût d'emprunt lorsque la carte est attribuée		3	2
1 avis de décision et 1 sanction administrative (20 000 \$)			
Non-divulgaration de l'information requise sur les formulaires de demande		2	9
1 avis de décision et 1 sanction administrative (30 000 \$)			
1 avis de décision et 1 sanction administrative (20 000 \$)			
Chèques du gouvernement du Canada			
Non-affichage et non-accessibilité de l'information concernant le Règlement sur l'accès aux services bancaires de base <sup>1</sup>		1	1
Voir la note 1 ci-dessous			
85 000 \$ de sanctions administratives pécuniaires <sup>2</sup>		11	17
Total			

<sup>1</sup> Le commissaire a dressé le même procès-verbal de violation et imposé la même sanction administrative pécuniaire (5 000 \$) pour ces deux cas. <sup>2</sup> Étant donné que les états financiers de l'ACFC sont établis selon la comptabilité d'exercice, ils indiquent la somme totale de 101 000 \$ au titre des sanctions administratives pécuniaires. Ce montant comprend des sanctions additionnelles de 16 000 \$ imposées en 2006-2007 pour des cas dont les dossiers n'étaient pas fermés à la fin de l'année.



**Tableau 5 : Questions de conformité relatives aux dispositions visant les consommateurs, aux codes de conduite, aux engagements publics et au dépôt de documents (suite)**

Codes de conduite et engagements publics				
Dossiers en suspens à la fin de 2005-2006	Dossiers ouverts en 2006-2007	Dossiers fermés en 2006-2007	Dossiers en suspens à la fin de 2006-2007	
4	14	13	5	Activités d'assurance autorisées
25	54	53	26	Code relatif aux cartes de débit
1	11	10	2	Code de conduite sur les relations des banques avec les petites et moyennes entreprises
<b>30</b>	<b>79</b>	<b>76</b>	<b>33</b>	<b>Sous-total</b>
<b>Engagements publics</b>				
2	0	2	0	Entente sur les comptes à frais modiques
3	11	11	3	Accessibilité des procédures de traitement des plaintes
1	0	1	0	Cartes de crédit — Généralités
0	1	1	0	Cartes de crédit — Visa e-Promesse
9	30	29	10	Cartes de crédit — Responsabilité zéro
1	6	4	3	Lignes directrices sur le transfert des régimes enregistrés
2	8	9	1	Engagement relatif aux services non sollicités
<b>18</b>	<b>56</b>	<b>57</b>	<b>17</b>	<b>Sous-total</b>

#### Dépôt de documents

Dossiers concernant le dépôt de documents en suspens à la fin de 2005-2006

Dossiers concernant le dépôt de documents reçus en 2006-2007

Dossiers concernant le dépôt de documents fermés en 2006-2007

Dossiers concernant le dépôt de documents en suspens à la fin de 2006-2007

4	71	75	0	Remise d'un préavis de fermeture
0	25	24	1	Remise d'un préavis de fermeture — Moins de 500 mètres <sup>3</sup>
0	4	4	0	Remise d'un préavis pour les succursales en magasin, les agences et les satellites <sup>3</sup>
0	1	1	0	Remise d'un préavis de fermeture temporaire <sup>3</sup>
6	7	12	1	Remise de procédures de traitement des plaintes par les nouvelles institutions
7	14	16	5	Déclarations sur les responsabilités envers la collectivité
3	2	5	0	Procédures de traitement des plaintes révisées <sup>3</sup>
<b>20</b>	<b>124</b>	<b>137</b>	<b>7</b>	<b>Sous-total</b>
<b>425</b>	<b>1 575</b>	<b>1 495</b>	<b>505</b>	<b>Total général pour 2006-2007</b>

<sup>1</sup> Dans certains cas, la reclassification des dossiers a rendu nécessaire une mise au point des données pour 2005-2006. L'ACFC peut reclassifier un dossier lorsque, après avoir mené une enquête plus poussée, elle constate que la plainte ou la demande de renseignements se rapporte plus directement à une question autre que celle initialement retenue.

<sup>2</sup> L'institution financière fédérale.

<sup>3</sup> Le dépôt de ces documents n'est pas exigé par la loi, mais ils ont été soumis par les institutions financières tenant à en informer le commissaire. Le dépôt de documents n'est pas exigé lorsque la succursale est réinstallée à un emplacement se situant dans un rayon de 500 mètres de l'emplacement de la succursale fermée.

**Tableau 5 : Questions de conformité relatives aux dispositions visant les consommateurs, aux codes de conduite, aux engagements publics et au dépôt de documents<sup>1</sup> (suite)**

Dispositions visant les consommateurs				
	Dossiers en suspens à la fin de 2005-2006	Dossiers ouverts en 2006-2007	Dossiers fermés en 2006-2007	Dossiers en suspens à la fin de 2006-2007
Divulguation du droit de remboursement par anticipation	0	2	2	0
Divulguation de l'information requise dans la publicité	2	0	1	1
Divulguation concernant les services facultatifs	0	7	5	2
Généralités	3	6	7	2
Remise de relevés mensuels	8	28	29	7
<b>Prêts</b>				
Divulguation des changements apportés au coût d'emprunt ou à la convention de crédit	8	9	10	7
Divulguation du coût d'emprunt exprimé en taux annuel	1	1	1	1
Divulguation du coût d'emprunt lorsque le prêt est consenti	6	11	8	9
Divulguation de l'information concernant le remboursement des prêts, les rabais et les frais	0	1	1	0
Divulguation des frais autres que les frais d'intérêt lorsque le prêt est consenti	0	1	1	0
Divulguation de l'information requise dans la publicité	0	1	0	1
Divulguation de l'information requise en cas de défaut de paiement	0	1	0	1
Divulguation concernant les services facultatifs	1	2	3	0
Généralités	4	8	6	6
Remise de relevés annuels	7	11	7	11
<b>Hypothèques</b>				
Divulguation en langage simple	1	0	1	0
Divulguation des changements apportés au coût d'emprunt ou à la convention de crédit	11	29	31	9
Divulguation du coût d'emprunt lorsque l'hypothèque est accordée	7	40	33	14
Divulguation du coût d'emprunt exprimé en taux annuel	0	5	4	1
Divulguation de l'information concernant le remboursement des prêts, les rabais et les frais	11	54	48	17
Divulguation des frais autres que les frais d'intérêt lorsque l'hypothèque est accordée	1	15	13	3
Divulguation de l'information dans un délai prescrit	0	1	0	1
Divulguation de l'information requise dans la publicité	0	1	1	0
Divulguation concernant les services facultatifs	0	14	10	4
Généralités	5	13	15	3
Remise de relevés annuels	0	1	0	1
Obligation de donner un préavis de 21 jours avant la date de renouvellement de l'hypothèque	5	6	8	3
Remise d'une déclaration sur les responsabilités envers la collectivité	3	8	1	10
<b>Sous-total</b>	<b>357</b>	<b>1 316</b>	<b>1 225</b>	<b>448</b>

**Tableau 5 : Questions de conformité relatives aux dispositions visant les consommateurs, aux codes de conduite, aux engagements publics et au dépôt de documents (suite)**

Dispositions visant les consommateurs			
Dossiers en suspens à la fin de 2005-2006	Dossiers ouverts en 2006-2007	Dossiers fermés en 2006-2007	Dossiers en suspens à la fin de 2006-2007
6	1	3	4
Obligation des IFF <sup>2</sup> autres que les banques d'adhérer à un organisme tiers de règlement des différends			
3	2	4	1
<b>Coût d'emprunt — Généralités</b>			
<b>Cartes de crédit</b>			
0	2	1	1
Divulgaration en langage simple			
1	8	7	2
Divulgaration des changements apportés aux frais autres que les frais d'intérêt			
5	88	67	26
Divulgaration des changements apportés au coût d'emprunt ou à la convention de crédit			
3	7	6	4
Divulgaration du coût d'emprunt exprimé en taux annuel			
20	72	65	27
Divulgaration du coût d'emprunt lorsque la carte est attribuée			
8	35	33	10
Divulgaration des frais autres que les frais d'intérêt lorsque la carte est attribuée			
3	3	3	3
Divulgaration de l'information requise dans les relevés mensuels			
2	2	3	1
Divulgaration de l'information requise dans la publicité			
5	6	8	3
Divulgaration de l'information requise dans les formulaires de demande			
6	53	51	8
Divulgaration concernant les services facultatifs			
2	21	15	8
Généralités			
44	112	95	61
Remise de relevés mensuels			
3	41	17	27
Divulgaration des frais de service			
11	36	40	7
Divulgaration de la politique de retenue sur les chèques			
0	1	0	1
Divulgaration des taux d'intérêt dans la publicité			
5	14	13	6
Divulgaration des taux d'intérêt — Généralités			
1	1	0	2
Examen propre à une institution			
2	1	3	0
Non-divulgaration de la façon de communiquer avec l'ACFC			
<b>Chèques du gouvernement du Canada</b>			
1	0	1	0
Affichage et accessibilité de l'information concernant le Règlement sur l'accès aux services bancaires de base			
2	10	7	5
Frais d'encaissement prélevés			
1	0	1	0
Remise d'un avis de refus écrit			
9	21	24	6
Refus d'encaisser			
0	6	6	0
<b>Dépôts indicieles — Divulgaration de l'information requise</b>			
5	28	27	6
Divulgaration des changements apportés au coût d'emprunt ou à la convention de crédit			
0	3	2	1
Divulgaration du coût d'emprunt exprimé en taux annuel			
5	21	21	5
Divulgaration du coût d'emprunt lorsque la marge de crédit est accordée			
1	2	3	0
Divulgaration des frais autres que les frais d'intérêt lorsque la marge de crédit est accordée			



Le **tableau 5** donne un aperçu du nombre de cas de conformité traités par l'ACFC selon la nature des questions liées à la conformité. En 2006-2007, 1 575 dossiers portant sur des cas de conformité ont été ouverts — soit près de 20 p. 100 de plus que l'année précédente, pendant laquelle 1 316 dossiers avaient été ouverts. À la fin de l'année, nous avons traité et fermé 1 495 dossiers, comparativement à 1 385 en 2005-2006.

**Tableau 5 : Questions de conformité relatives aux dispositions visant les consommateurs, aux codes de conduite, aux engagements publics et au dépôt de documents**

Dispositions visant les consommateurs				
	Dossiers en suspens à la fin de 2005-2006	Dossiers ouverts en 2006-2007	Dossiers fermés en 2006-2007	Dossiers en suspens à la fin de 2006-2007
Prélevement de frais sans consentement explicite	1	1	2	0
Divulgaration des frais	9	47	47	9
Divulgaration des frais à l'ouverture d'un compte	10	83	81	12
Divulgaration des taux d'intérêt applicables aux comptes et du mode de calcul	3	9	7	5
Divulgaration de l'information requise dans l'avis de refus écrit	2	0	2	0
Affichage et accessibilité de l'information concernant le <i>Règlement sur l'accès aux services bancaires de base</i>	3	0	3	0
Généralités	1	9	9	1
Remise des conventions de compte et des procédures de traitement des plaintes	2	12	9	5
Remise d'un préavis de majoration des frais ou de prélevement de nouveaux frais	12	86	77	21
Remise d'un préavis de majoration des frais ou de prélevement de nouveaux frais pour un deuxième compte	0	2	1	1
Remise d'un avis de refus écrit	4	2	6	0
Retus d'ouvrir — Généralités	28	84	87	25
Retus d'ouvrir — Faillite	1	1	2	0
Retus d'ouvrir — Antécédents en matière de crédit	18	16	28	6
Retus d'ouvrir — Pas d'emploi	1	0	1	0
Retus d'ouvrir — Pas de pièce d'identité valable	11	47	48	10
<b>Fermetures de succursales</b>				
Généralités	0	4	2	2
Remise du préavis requis	0	6	3	3
Demandes visant la tenue de réunions publiques	0	8	5	3
Demandes visant la modification des exigences de communication	0	1	1	0
<b>Ventes liées avec coercition</b>				
Affichage et accessibilité d'un avis d'interdiction de ventes liées avec coercition	3	0	3	0
Généralités	4	22	21	5
<b>Procédures de traitement des plaintes</b>				
Désignation d'un comité de surveillance des procédures	2	0	2	0
Etablissement de procédures de traitement des plaintes	2	3	4	1
Non-respect des exigences concernant le dépôt de documents	2	0	2	0
<b>Comptes</b>				

## Questions de conformité

Le **tableau 4** indique le nombre et le type de demandes de renseignements et de plaintes reçues à propos de la conformité au cours des deux derniers exercices. Le nombre total de communications reçues à ce sujet a augmenté de 20 p. 100 par rapport à 2005-2006.

**Tableau 4 : Nombre total de communications reçues à propos de la conformité,<sup>1</sup> selon la catégorie<sup>2</sup>**

	2005-2006 <sup>2</sup>	2006-2007
<b>Codes de conduite et engagements publics</b>		
Plaintes	117	120
Demandes de renseignements	7	1
Plaintes signalées directement par les institutions <sup>3</sup>	18	15
Demandes de renseignements des médias	1	0
<b>Dispositions visant les consommateurs</b>		
Plaintes	336	262
Demandes de renseignements	9	6
Plaintes signalées directement par les institutions	695	1 054
Demandes de renseignements des médias	2	0
<b>Dépôts de documents</b>	<b>152</b>	<b>124</b>
<b>Total</b>	<b>1 337</b>	<b>1 582</b>

<sup>1</sup> Pour une définition des termes, voir l'annexe A (Glossaire).

<sup>2</sup> Les chiffres se rapportant à 2005-2006 ont été rajustés depuis la parution du Rapport annuel 2005-2006 pour présenter un tableau plus exact des activités menées au cours de cette année.

<sup>3</sup> Jusqu'à maintenant, le commissaire n'a pas exercé son droit d'obliger les institutions financières à signaler directement les plaintes relatives aux

codes de conduite et aux engagements publics. Il a plutôt consenti à ce que les institutions financières signalent directement les plaintes ou fassent mieux connaître leurs codes et leurs engagements.

**Tableau 3 : Demandes de renseignements et plaintes reçues pour des questions autres que la conformité, selon la catégorie<sup>1</sup>, 2006-2007 (suite)**

CATÉGORIE	DEMANDES DE RENSEIGNEMENTS	PLAINTES	TOTAL
<b>INVESTISSEMENTS</b>			
Obligations d'épargne du Canada	302	12	314
Certificats de placement garantis	31	63	94
Fonds de revenu viager	10	8	18
Fonds communs de placement	41	41	82
Régimes de retraite	140	23	163
Régimes enregistrés d'épargne-études	386	37	423
Fonds enregistrés de revenu de retraite	10	9	19
Régimes enregistrés d'épargne-retraite	120	81	201
Actions	33	38	71
Non précisé	70	53	123
<b>Sous-total</b>	<b>1 143</b>	<b>365</b>	<b>1 508</b>
<b>PRÊTS</b>			
Prêts automobiles	101	56	157
Location	4	5	9
Marges de crédit	49	52	101
Hypothèques	195	252	447
Prêts sur salaire	41	36	77
Prêts personnels	81	99	180
Prêts étudiants	108	31	139
Non précisé	119	146	265
<b>Sous-total</b>	<b>698</b>	<b>677</b>	<b>1 375</b>
<b>Total général</b>	<b>27 824</b>	<b>5 405</b>	<b>33 229</b>

<sup>1</sup> Ne comprend pas les demandes des médias et les communications liées aux activités de liaison externe.  
<sup>2</sup> Ces communications représentent seulement les demandes relatives aux publications.  
 Elles ne comprennent pas les questions des consommateurs portant sur d'autres sujets.



**Tableau 3 : Demandes de renseignements et plaintes reçues pour des questions autres que la conformité, 2006-2007 (suite)**

CATÉGORIE	DEMANDES DE RENSEIGNEMENTS	PLAINTES	TOTAL
<b>INSTITUTIONS FINANCIÈRES</b>			
Pièces et billets de banque	13	16	29
Succursales	18	10	28
Fermetures de succursales	29	40	69
Procédures de traitement des plaintes	43	87	130
Coordonnées	1 885	4	1 889
Questions de succession	52	49	101
Taux de change	34	9	43
Légitimité	390	3	393
Taux d'intérêt maximum	24	0	24
Qualité du service	24	150	174
Renseignements prescrits par règlement	203	16	219
Coffrets de sécurité	8	15	23
Autres	62	12	74
<b>Sous-total</b>	<b>2 785</b>	<b>411</b>	<b>3 196</b>
<b>DEMANDES DE RENSEIGNEMENTS GÉNÉRAUX</b>			
ACFC	363	29	392
Cartes prépayées	13	4	17
Renvois à d'autres ministères ou organismes	12 206	1 035	13 241
Renseignements prescrits par règlement	106	4	110
Refus d'encaisser les gros billets de banques	1	0	1
Publications <sup>2</sup>	1 820	8	1 828
Petites et moyennes entreprises	91	3	94
Autres	237	11	248
<b>Sous-total</b>	<b>14 837</b>	<b>1 094</b>	<b>15 931</b>
<b>ASSURANCES</b>			
Automobile	132	119	251
Habitation	71	85	156
Personnes	115	146	261
Marges de crédit	0	1	1
Prêts	0	5	5
Hypothèques	7	12	19
Petites et moyennes entreprises	6	2	8
Voyages	8	6	14
Non précisé	63	28	91
<b>Sous-total</b>	<b>402</b>	<b>404</b>	<b>806</b>

**Tableau 3 : Demandes de renseignements et plaintes reçues pour des questions autres que la conformité, selon la catégorie, 2006-2007 (suite)**

CATÉGORIE	DEMANDES DE RENSEIGNEMENTS	PLAINTES	TOTAL
CRÉDIT			
Recouvrement	97	326	423
Agences d'évaluation du crédit	972	141	1 113
Conseils en matière de crédit	218	2	220
<b>Sous-total</b>	<b>1 287</b>	<b>469</b>	<b>1 756</b>
CARTES DE CRÉDIT			
Information sur les comptes	244	17	261
Activation	32	5	37
Demandes	175	50	225
Paiement de factures	305	189	494
Annulations	101	42	143
Conventions avec les détenteurs de cartes	39	10	49
Recouvrement	17	103	120
Procédures de traitement des plaintes	2	8	10
Chèques de dépannage	5	11	16
Gestion de la dette	12	6	18
Dépôts (garantis seulement)	0	3	3
Frais	56	58	114
Fraude	35	45	80
Assurances	33	24	57
Taux d'intérêt	66	64	130
Télématique bancaire	3	1	4
Émetteurs	222	6	228
Perte ou vol	8	2	10
Achats au point de vente	6	8	14
Paiements préautorisés	12	20	32
Questions sur la protection des renseignements personnels	8	9	17
Qualité du service	6	28	34
Renseignements prescrits par règlement	18	0	18
Demandes de statistiques ou de données	6	0	6
Programmes de récompense	24	9	33
Démarchage	26	76	102
Services bancaires par téléphone	0	2	2
Ventes liées	1	0	1
Transfert de soldes	9	8	17
Autres	29	5	34
<b>Sous-total</b>	<b>1 500</b>	<b>809</b>	<b>2 309</b>

**Tableau 3 : Demandes de renseignements et plaintes reçues pour des questions autres que la conformité, selon la catégorie<sup>1</sup>, 2006-2007**

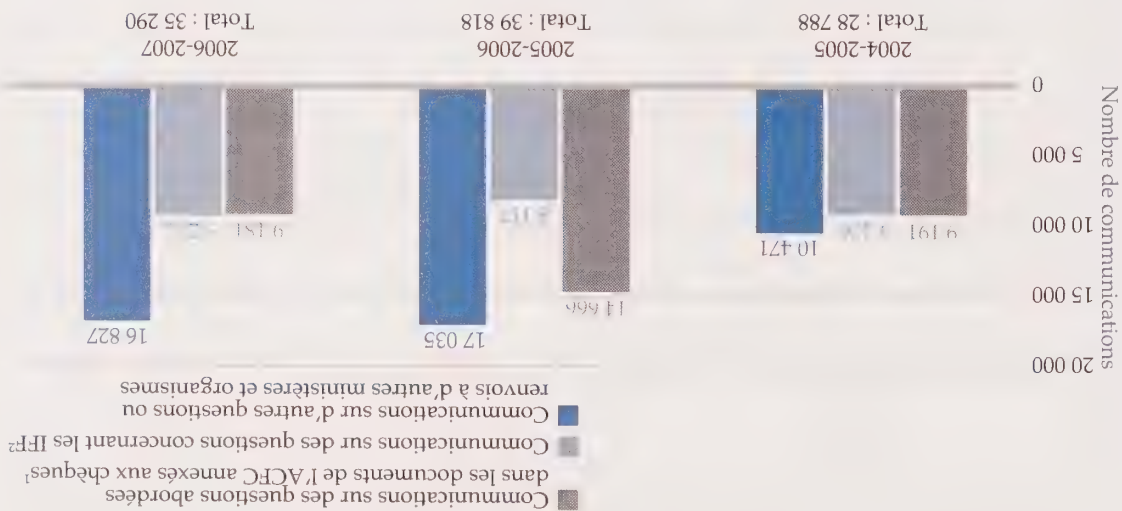
CATÉGORIE	DEMANDES DE RENSEIGNEMENTS	PLAINTES	TOTAL
COMPTES			
Guichets automatiques bancaires	20	32	52
Accès aux fonds	52	89	141
Conventions de compte	13	16	29
Frais de tenue de compte	37	69	106
Information sur les comptes	228	13	241
Paiement de factures (en succursale)	5	8	13
Chèques	835	261	1 096
Fermeture	44	70	114
Recouvrement	11	33	44
Cartes de débit	46	42	88
Dépôts directs	3 150	10	3 160
Traites et mandats	6	34	40
Fraude	26	31	57
Taux d'intérêt	10	14	24
Télématique bancaire	10	18	28
Ouverture	493	109	602
Découverts	6	15	21
Achats au point de vente	8	7	15
Débits préautorisés	18	44	62
Questions sur la protection des renseignements personnels	16	25	41
Qualité du service	1	18	19
Conservation des dossiers	2	1	3
Demandes de statistiques ou de données	2	0	2
Droit de compensation	65	119	184
Relevés	21	20	41
Services bancaires par téléphone	2	3	5
Ventes liées	1	0	1
Virements	33	68	101
Autres	11	7	18
<b>Sous-total</b>	<b>5 172</b>	<b>1 176</b>	<b>6 348</b>

Le **tableau 3** indique le nombre de demandes de renseignements et de plaintes ainsi que la gamme de sujets couverts pendant l'année, à l'exception des questions relatives à la conformité. Le dépôt direct, les agences d'évaluation du crédit et les chèques constituaient les trois principales sources de préoccupation des consommateurs.



La figure 5 ventile les demandes de renseignements et les plaintes que nous avons reçues en fonction de trois rubriques générales.

Figure 5 : Communications destinées à l'ACFC, par sujet

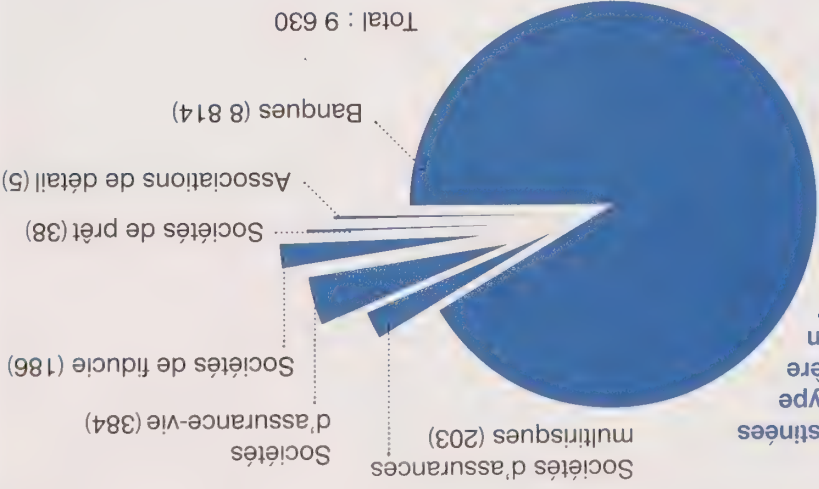


<sup>1</sup> Les campagnes de sensibilisation de l'ACFC au moyen de l'annexe de documents aux chèques ont essentiellement porté sur les droits des consommateurs lorsqu'ils traitent avec les banques. Cette catégorie peut inclure les communications se rapportant aux « institutions financières fédérales » (IFI).

<sup>2</sup> Ne comprend pas les communications des consommateurs résultant de l'annexe de documents aux chèques.



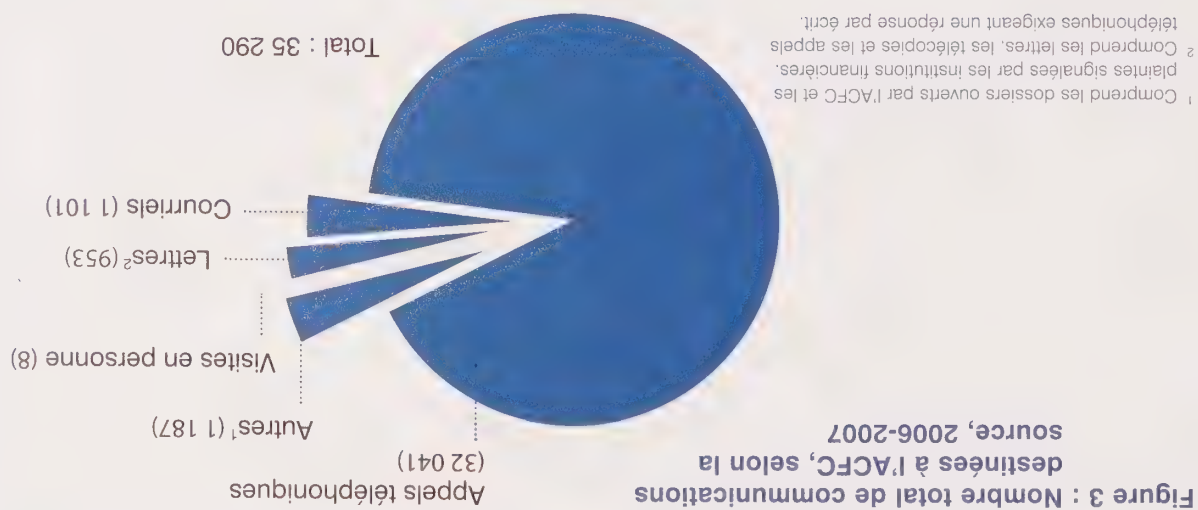
**Figure 4 : Nombre total de communications destinées à l'ACFC, selon le type d'institution financière sous réglementation fédérale, 2006-2007**



La **figure 4** ventile les demandes de renseignements concernant les institutions financières sous réglementation fédérale. Les banques ont fait l'objet de 91,5 p. 100 de ces demandes au cours de l'année.

La figure 3 indique le mode de communication utilisé par les consommateurs pour présenter des demandes de renseignements et des plaintes (téléphone, courriel, lettres et visites en personne). Le téléphone demeure le mode de communication préféré des consommateurs qui s'adressent à l'ACFC. Ceux-ci l'ont utilisé dans plus de 90 p. 100 des cas lorsqu'ils ont communiqué avec l'Agence.

**Figure 3 : Nombre total de communications destinées à l'ACFC, selon la source, 2006-2007**





## Demandes de renseignements et plaintes

Lorsqu'elle fait rapport annuellement au Parlement, l'Agence doit communiquer de l'information sur le nombre et le type de questions portées à son attention. La présente section comporte une ventilation complète de cette information. En 2006-2007, nous avons reçu des milliers de demandes de renseignements, de requêtes et de plaintes. Les figures et les tableaux qui suivent font état de façon détaillée des questions qui préoccupent les Canadiens, des régions du pays d'où proviennent le plus grand nombre de communications et des sujets dont nous entendons le plus parler.

L'ACFC offre ses services aux consommateurs de toutes les régions du Canada. Le **tableau 2** indique le nombre de demandes de renseignements et de plaintes reçues en 2006-2007. Le nombre total se chiffre à 35 290.

**Tableau 2 : Nombre total de communications destinées à l'ACFC, selon la région géographique**

2005-2006 <sup>1</sup>	2006-2007
Alberta	4 190
Colombie-Britannique	4 685
Manitoba	1 601
Nouveau-Brunswick	1 203
Terre-Neuve-et-Labrador	618
Territoires du Nord-Ouest	57
Nouvelle-Écosse	1 139
Nunavut	62
Ontario	11 976
Ile-du-Prince-Édouard	164
Québec	11 423
Saskatchewan	1 165
Yukon	23
États-Unis	109
Pays étrangers autres que les États-Unis	65
Provenance inconnue <sup>2</sup>	1 338
<b>Total</b>	<b>35 290</b>

<sup>1</sup> À la fin de 2005-2006, l'ACFC a amélioré son système de traitement des données pour suivre de plus près ses activités de liaison externe. Un petit nombre de communications au titre de la liaison externe (251) ont été versées dans la base de données.

<sup>2</sup> La personne ayant communiqué avec l'ACFC n'a pas précisé sa région.

# Répondre aux préoccupations des Canadiens





- Nous avons mis à jour notre système de gestion des cas afin de mieux saisir la nature des cas à examiner et d'améliorer les rapports.

## Ateliers sur la conformité offerts aux institutions financières

Les relations suivies que nous entretenons avec diverses institutions financières fédérales nous ont permis de constater qu'il serait utile d'améliorer l'information qui leur est fournie à l'égard de leurs obligations générales et spécifiques en vertu du cadre de conformité de l'ACFC.

Par conséquent, nous avons commencé à préparer un atelier complet sur la conformité à l'intention des institutions financières sous réglementation fédérale. Cet atelier a pour but de les aider à comprendre et à respecter leurs obligations. Il consiste en une série de modules qui, réunis, couvrent tous les aspects du cadre de conformité de l'ACFC, notamment le mandat de l'Agence en matière de conformité, les diverses exigences législatives et réglementaires relatives à la divulgation et au dépôt de documents, le processus de traitement des cas et la position de l'Agence à l'égard des grandes questions liées à la conformité.

Nous espérons tenir ces ateliers dans les deux langues officielles au cours de 2007-2008. Les ateliers seront offerts à toutes les institutions financières fédérales et ils pourront être adaptés à leurs besoins en matière de conformité.

## Nouvelles dispositions législatives et réglementaires

L'ACFC n'est dotée d'aucun mandat en matière d'élaboration de politiques, mais elle est bien placée pour offrir son savoir-faire à propos des questions de consommation dans le milieu financier. Cette capacité tient à l'expérience que nous avons acquise de première main auprès des consommateurs, à nos compétences en matière d'application et à notre base de données croissante sur les questions de conformité.

En juin 2006, le gouvernement du Canada a publié un document d'orientation dans lequel il énonce les changements qu'il entend apporter au cadre législatif qui régit le secteur des services financiers sous réglementation fédérale. Les changements proposés consistent en plusieurs améliorations et ajouts ayant pour but de renforcer la protection des consommateurs au sein du secteur des services financiers canadien. Les changements ont été légiférés en mars 2007 avec l'adoption du projet de loi C-37, une Loi modifiant la législation régissant les institutions financières et comportant des mesures connexes et corrélatives.

En 2006-2007, nous avons soutenu les activités du gouvernement en matière d'élaboration de politiques grâce à nos mécanismes de communication périodique sur les principales questions liées à la conformité. Nous avons aussi fourni sur demande des renseignements portant sur des questions ponctuelles liées à la consommation de produits et de services financiers.

Nous fournirons un soutien semblable au gouvernement fédéral en 2007-2008 alors qu'il élaborera la réglementation visant la mise en œuvre des nouvelles dispositions législatives. Nous verrons également à ce que les institutions financières fédérales prennent rapidement des mesures efficaces qui tiennent compte des nouvelles dispositions législatives et réglementaires. De plus, nous participerons aux activités menées pour faire respecter le cadre stratégique modifié.



## Surveillance de la conformité

### • Etude des principales questions de consommation avec le secteur

L'un des principaux objectifs de l'ACFC consiste à faire en sorte que les lacunes en matière de conformité décélées dans le secteur des services financiers soient reconnues et comblées en temps opportun. Pour atteindre cet objectif, nous abordons parfois des questions importantes dans le cadre de discussions tenues avec le secteur, au lieu de suivre la procédure habituelle de vérification de la conformité au cas par cas. Cette approche peut donner lieu à des changements plus rapides, plus importants et plus généralisés à l'échelle du secteur, et ce sont tous les consommateurs qui en bénéficient.

En 2006-2007, l'Agence a abordé deux questions avec les grands intervenants du secteur : la remise de relevés mensuels pour les comptes de cartes de crédit en souffrance ou annulées; et la divulgation liée aux offres promotionnelles visant le transfert de solde de carte de crédit.

Les institutions financières ont convenu de mieux faire connaître leurs codes et leurs engagements au grand public. Elles doivent aussi fournir les coordonnées de l'ACFC aux consommateurs qui sont d'avis qu'une institution n'a pas tenu ses engagements. En 2006-2007, nous avons commencé à vérifier si les institutions respectaient cette entente pour aider à faire en sorte que les consommateurs soient bien informés.

### Amélioration de la procédure de vérification de la conformité

Comme dans le passé, nous avons continué de perfectionner notre procédure de vérification de la conformité pour veiller à ce qu'elle demeure efficace et efficiente. En 2006-2007, nous avons renforcé notre approche axée sur le risque en matière d'application, en insistant tout particulièrement sur les cas importants et systémiques qui sont lourds de conséquences pour les consommateurs. Nous avons aussi continué d'améliorer et de renforcer notre processus de traitement des cas :

- Nous avons révisé notre méthode d'évaluation des cas pour favoriser davantage la mise en œuvre de notre approche axée sur le risque en matière d'application. La nouvelle méthode contribue également à faire en sorte que les ressources que l'Agence consacre à la conformité soient utilisées efficacement et que le fardeau administratif qui pèse sur les institutions financières soit allégé.

L'ACFC a vérifié si les institutions financières sous réglementation fédérale s'étaient conformées aux dispositions visant les consommateurs des lois qui leur sont applicables. À cette fin, l'Agence a accompli diverses tâches :

### • Examens annuels

Nous avons effectué notre examen général annuel visant toutes les institutions financières sous réglementation fédérale. Cet examen a pour objet d'évaluer la mesure dans laquelle elles se conforment aux dispositions visant les consommateurs.

Comme l'année dernière, nous avons constaté que les institutions financières fédérales s'acquittaient généralement de leurs obligations législatives. Nous aborderons séparément chaque question de conformité que l'examen a permis de déceler.

### • Examens sur place

L'ACFC a parfois des raisons de croire qu'il existe des problèmes de conformité au sein d'une institution financière fédérale en particulier. En pareil cas, l'Agence mène un examen sur place pour cerner les problèmes et déterminer la façon la plus convenable de les résoudre.

En 2006-2007, nous avons mené un examen sur place pour nous assurer qu'une institution interprétait et menait les activités de déclaration volontaire conformément aux dispositions du cadre de conformité de l'ACFC.

### • Amélioration de la communication de l'information aux emprunteurs

En 2005-2006, le commissaire a rendu une décision concernant la divulgation de l'information aux coemprunteurs signataires d'un prêt. À la suite de cette décision, l'ACFC a demandé à toutes les institutions financières sous réglementation fédérale d'examiner leurs pratiques pour faire en sorte que chaque emprunteur reçoive les renseignements relatifs au prêt lui étant accordé, ou que l'information soit communiquée conjointement aux emprunteurs, avec le consentement écrit de chacun.

En 2006-2007, nous avons continué de travailler avec les institutions financières pour les aider à s'assurer qu'elles s'acquittent de cette obligation. Nous avons aussi veillé à ce que les institutions non conformes disposent d'un plan d'action pour s'en acquitter.

- **Défaut de communiquer aux consommateurs et au public, au moyen d'un avis écrit, tous les frais liés aux comptes de dépôt personnels, dont une liste devrait être affichée dans chaque succursale d'une banque**  
 Au cours d'un examen mené dans une banque en 2006, l'ACFC a découvert qu'un consommateur avait déposé une plainte en janvier 2003 au sujet de frais de découvert totalisant 40 \$ pour huit éléments apparaissant sur son relevé mensuel (5 \$ par élément). Le consommateur soutenait que les frais ne correspondaient pas aux frais de découvert communiqués par la banque. Après enquête, nous avons constaté que les frais de découvert avaient été convenablement imposés pour sept éléments, mais pas pour le huitième. Pour le huitième élément, les frais découlaient d'une erreur informatique. La banque n'avait pas décelé ni corrigée cette erreur lors de son premier examen de la plainte en 2003. L'erreur informatique aurait pu donner lieu à des frais de découvert injustifiés pour d'autres consommateurs.

Le commissaire a établi qu'il s'agissait d'une violation du Règlement sur la communication des frais (banques). Il a imposé une sanction administrative pécuniaire de 5 000 \$.

Grâce à l'enquête que nous avons menée en mars 2006, la banque a été mise au courant qu'une erreur informatique avait entraîné l'application de frais de découvert injustifiés dans certains cas. La banque a corrigé l'erreur en mai 2006. Elle a également entrepris de son plein gré de rembourser les consommateurs qui avaient subi des pertes résultant de cette erreur.

- **Défaut de communiquer convenablement les conditions à remplir pour ouvrir un compte de dépôt et les exigences en matière d'identification pour encaisser un chèque du gouvernement du Canada**

Après avoir mené son examen annuel, dont le rapport a été déposé le 1<sup>er</sup> novembre 2004, l'ACFC a conclu qu'une banque avait omis de

mettre des exemplaires d'une publication informative à la disposition des consommateurs dans ses succursales. Cette publication doit divulguer les conditions à remplir pour ouvrir un compte de dépôt et les exigences à satisfaire en matière d'identification pour encaisser un chèque du gouvernement du Canada. Ces conditions doivent être divulguées en vertu des alinéas 13a) et 14a) du Règlement sur l'accès aux services bancaires de base. Le Règlement est en vigueur depuis le 30 septembre 2003.

La publication de la banque contenait des erreurs et n'était pas mise à la disposition du public. Les employés de la banque avaient cependant reçu les bons renseignements pendant leur séance de formation sur le Règlement. En aucun cas la banque n'avait refusé d'ouvrir un compte de dépôt ou d'encaisser un chèque du gouvernement du Canada à un consommateur qui ne remplissait pas les conditions énoncées dans le Règlement. Par ailleurs, l'Agence n'avait enregistré aucune plainte ni violation concernant cette institution dans le passé.

Le commissaire a dressé un procès-verbal de violation et a imposé une sanction de 5 000 \$ à la banque. La banque a corrigé l'information contenue dans sa publication et s'est acquittée de la sanction imposée.

## Principales activités liées à la conformité

### Cartes de crédit dont le coût est établi en fonction du risque

Nous continuons de surveiller les diverses cartes de crédit et autres modes de crédit dont le coût est établi en fonction du risque, qui sont offerts aux consommateurs par les institutions financières sous réglementation fédérale. Notre but est de nous assurer que ces produits satisfont à toutes les exigences énoncées dans le Règlement sur le coût d'emprunt. L'Agence continuera également de fournir au secteur des renseignements sur les interprétations des décisions antérieures du commissaire.





# Conformité et application

## Protéger les consommateurs

La Direction de la conformité et de l'application accomplit diverses tâches :

- Elle surveille l'application et assure le respect des lois fédérales qui protègent les consommateurs lorsqu'ils traitent avec les institutions financières, et elle suit de près la conformité du secteur à ces lois.

- Elle veille à la mise en œuvre et au respect par les institutions financières des codes de conduite volontaires et des engagements publics qu'elles ont adoptés pour mieux servir et protéger les consommateurs.

- Elle fait activement enquête sur des questions découlant de plaintes présentées par les consommateurs, pour déterminer à quel point de vue les institutions financières n'ont pas respecté la loi, ou n'ont pas assumé leurs responsabilités en vertu d'un code volontaire ou d'un engagement public.

- Elle utilise d'autres méthodes pour déceler d'éventuels problèmes de conformité au sein du marché, y compris des analyses menées à l'échelle du secteur (par exemple les évaluations mystères) et des examens réguliers et spéciaux visant les institutions financières.

- Lorsqu'elle cerne un problème, la Direction recommande diverses mesures, notamment la conclusion d'ententes officielles avec les institutions, pour que le problème soit réglé rapidement dans l'intérêt de tous les consommateurs.

La surveillance qu'exerce l'ACFC a des répercussions importantes dans le milieu financier. En effet, un seul cas de conformité peut donner lieu à des changements à l'échelle du secteur de même qu'à des améliorations dont profitent des milliers, voire des millions, de Canadiens.

## Sélection de décisions prises par le commissaire

Au cours de chaque exercice, le commissaire prend de nombreuses décisions sur des cas liés à des questions de conformité. Les paragraphes qui suivent présentent un résumé de quelques décisions importantes prises en 2006-2007.

- Défaut de divulguer le taux d'intérêt et le montant des frais non liés aux intérêts sur un formulaire de demande de carte de crédit ou dans le cadre de la sollicitation de demandes de carte de crédit

L'ACFC a terminé un examen amorcé en février 2004, qui visait à déterminer la mesure dans laquelle la divulgation du taux d'intérêt et des frais liés à diverses cartes de crédit était conforme aux exigences en matière de divulgation énoncées dans le *Règlement sur le coût d'emprunt (banques)*. Il s'agissait de cartes de crédit dont le coût est établi en fonction du risque (que l'on formule parfois comme étant un taux « aussi bas que »); ces cartes étaient offertes par cinq banques. Pour les cartes de crédit dont le coût est établi en fonction du risque, l'émetteur fixe le taux d'intérêt en s'appuyant, entre autres facteurs, sur les antécédents en matière de crédit des demandeurs. Pour ce qui est des cartes de crédit examinées, l'émetteur avait divulgué un éventail de taux ou une liste de taux éventuels auxquels le demandeur pouvait être admissible.

L'examen des cartes de crédit offertes sur le marché canadien dont le coût est établi en fonction du risque était axé sur la divulgation du taux d'intérêt et des frais, tant sur les formulaires de demande que dans le cadre de la sollicitation de demandes. Plus précisément, nous nous sommes penchés sur les formulaires de demande envoyés par la poste et mis à la disposition du public dans les succursales, ainsi que sur les messages et les procédures utilisés à des fins de sollicitation, dans Internet et par téléphone, pour les cartes en question.

L'examen a révélé que plusieurs produits ne satisfaisaient pas aux exigences en matière de divulgation. En effet, des éléments d'information importants (par exemple le taux d'intérêt applicable et les frais non liés aux intérêts) n'étaient pas divulgués aux consommateurs avant l'émission de la carte de crédit et du contrat connexe, comme l'exige le *Règlement*.

Le commissaire a établi que cinq institutions financières avaient entreint l'article 11 du *Règlement sur le coût d'emprunt (banques)*. En tout, 13 violations avaient été commises, à l'égard desquelles le commissaire a imposé des sanctions administratives pécuniaires totalisant 70 000 \$.



De concert avec MasterCard, nous avons demandé à des spécialistes de la rédaction en langage simple d'examiner plusieurs formulaires de demande de carte de crédit (6 en français et 11 en anglais) utilisés par divers émetteurs de cartes MasterCard. Leurs commentaires nous ont aidés à mettre au point un modèle de formulaire de demande plus simple et plus facile à comprendre. L'ACFC et MasterCard ont ensuite conclu un contrat avec Educaloi, une organisation sans but lucratif qui a pour mission de fournir aux consommateurs des renseignements d'ordre juridique en langage courant. Des spécialistes de la rédaction en langage simple ont examiné le modèle de formulaire et se sont assurés qu'il est rédigé en langage simple. Nous espérons finaliser le formulaire et le mettre à l'essai auprès de groupes cibles en 2007-2008.

Si des formulaires de demande de carte de crédit rédigés en langage simple sont mis en circulation, les Canadiens pourront alors mieux comprendre les conditions énoncées dans les contrats de carte de crédit.

#### • « Formation des formateurs »

Le programme « Formation des formateurs » de l'ACFC donne un aperçu du secteur des services financiers canadien et contient des renseignements en langage simple sur le droit des consommateurs d'ouvrir un compte bancaire et d'encaisser sans frais les chèques du gouvernement du Canada. Nous offrons le programme et les documents connexes, y compris des exposés et des publications, à des organisations et des formateurs aptes à transmettre l'information aux nouveaux immigrants et à d'autres groupes communautaires. Cette année, le YMCA du Grand Toronto, le groupe Option consommateurs de Montréal et le Success Skills Centre de Winnipeg ont offert le programme à divers groupes. L'ACFC continue d'offrir le programme aux organisations intéressées.

#### Relations avec les médias

Nous explorons toutes les possibilités de mieux faire connaître l'ACFC, ses activités et les avantages que celles-ci procurent aux Canadiens. Nous considérons que les médias sont un circuit important pour transmettre de l'information à propos de nos travaux et de notre rôle dans le



secteur financier, et pour aider les Canadiens à comprendre leurs droits et responsabilités au sein de ce secteur. L'ACFC a continué d'entretenir des relations positives avec les médias, en maintenant ses communications avec un certain nombre de journalistes clés de divers bureaux de presse partout au pays, dans les deux langues officielles. En 2006-2007, nos activités ont fait l'objet de 467 reportages, ce qui représente une augmentation de 20 p. 100 par rapport à l'année précédente. Les impressions d'audience ont totalisé 35,7 millions, en hausse de 49 p. 100 par rapport à 2005-2006<sup>1</sup>. Cette année, les sujets les plus fréquemment abordés ont été les comptes bancaires, les cartes de crédit, le crédit et les prêts.

De façon générale, l'Agence a axé ses efforts sur deux domaines :

#### • Établissement de relations avec les principaux médias

Nous avons continué à établir des relations avec les représentants de médias français et anglais, qui s'adressent à nous pour obtenir de l'information sur les questions financières courantes. En étant une source fiable d'information objective et de qualité sur les questions de consommation en matière financière, l'ACFC consolide sa réputation auprès des journalistes et des bureaux de presse canadiens.

#### • Campagne de sensibilisation régionale

En 2006-2007, pendant trois semaines, nous avons mené une campagne régionale visant à sensibiliser le public à l'Agence. En insistant particulièrement sur le Canada atlantique, nous avons eu recours à la publicité payée, dans la presse et à la radio, pour faire connaître deux de nos publications les plus populaires : *Les cartes de crédit : à vous de choisir* et *Le Guide du coût des services bancaires*. Les consommateurs ont été invités à utiliser notre ligne téléphonique sans frais et à visiter un nouveau portail Web dont l'adresse est facile à mémoriser : [monargentmesoutils.ca](http://monargentmesoutils.ca).

<sup>1</sup> L'ACFC calcule le nombre d'impressions en faisant la somme des chiffres relatifs à la diffusion des médias dans lesquels l'Agence a été mentionnée. Le total établi pour cette année est sous-estimé car nous n'avons pas été en mesure d'obtenir ces chiffres pour 94 mentions dans les médias.

- **Programme communautaire des bénévoles**  
L'information aide les étudiants à mieux comprendre divers produits et services financiers, à faire des choix financiers avec assurance en se fondant sur des faits et à connaître leurs droits lorsqu'ils traitent avec les institutions financières.

#### en matière d'impôt

L'Agence du revenu du Canada (ARC) travaille avec un réseau d'ONG qui tiennent des comptoirs d'information fiscale pour les consommateurs à faible revenu. En partenariat avec l'ARC, nous avons fourni aux préposés de ces comptoirs une brochure conçue à leur intention et un bon de commande de publications pour qu'ils les distribuent aux personnes qu'ils aident. La brochure explique les droits des consommateurs lorsqu'ils ouvrent un compte bancaire personnel, la façon d'encasser un chèque du gouvernement sans frais, l'importance d'avoir un bon dossier de crédit, et la façon de s'y prendre pour obtenir gratuitement un exemplaire du dossier de crédit tenu par les agences d'évaluation du crédit. La brochure fait également état de nos services et de nos produits, et des façons dont l'ACFC peut venir en aide aux consommateurs.

#### Partenariats avec des organisations des secteurs privé et sans but lucratif

L'ACFC a continué d'établir des relations avec des organisations des secteurs privé et sans but lucratif. Nous avons favorisé la création de partenariats stratégiques avec le YMCA du Grand Toronto, le groupe Option consommateurs de Montréal et le Success Skills Centre de Winnipeg. Ces organisations nous ont permis de joindre des consommateurs avec lesquels nous aurions peut-être eu du mal à communiquer. De plus, dans le cadre d'un projet en cours mené avec MasterCard, l'ACFC est en train de préparer un modèle afin de rendre les formulaires de demande et les documents de sollicitation de carte de crédit plus faciles à comprendre.

#### Langage simple

L'ACFC reconnaît que de nombreux Canadiens ont de la difficulté à comprendre l'information de nature financière, en raison de leur niveau d'alphabétisation et de la complexité des questions. C'est ce qui nous a amenés à promouvoir l'utilisation d'un langage simple dans nos publications et à nous doter d'une expertise interne à ce chapitre.

En 2006-2007, l'ACFC a pris part à cinq des événements auxquels participait le Pavillon du Canada, notamment le Calgary Stampede, la Western Fair de London (Ontario), la Maritime Fall Fair de Nouvelle-Écosse, le Home Show de Moncton et le Salon national de l'habitation de Montréal. Lors de ces événements, les représentants de l'ACFC se sont entretenus avec environ 18 000 Canadiens et ont distribué plus de 30 000 publications et 23 000 documents publicitaires. Nous en avons profité pour encourager les consommateurs de tous les milieux à utiliser les ressources de l'Agence, à s'informer sur leurs droits et responsabilités lorsqu'ils traitent avec une banque, et à choisir judicieusement les produits et les services bancaires.

#### Information multimédia sur les services bancaires de base

De concert avec Citoyenneté et Immigration Canada et des organisations non gouvernementales (ONG), nous avons fourni des conseils à de nouveaux immigrants, des Canadiens peu scolarisés et d'autres consommateurs. Nous les avons notamment informés de leur droit à des services bancaires de base et nous leur avons indiqué comment utiliser les services offerts par les grandes institutions financières. L'ACFC a produit un DVD en langage simple qui explique aux consommateurs comment ouvrir un compte bancaire et encasser un chèque du gouvernement du Canada sans frais. On y encourage également les consommateurs à s'adresser à l'Agence en cas de problème avec leur banque, ou pour obtenir des renseignements sur les produits et les services financiers. Le DVD sera distribué en 2007-2008, et l'information qu'on y trouve sera affichée dans notre site Web.

#### L'ACFC dans le milieu scolaire

L'ACFC a de nouveau participé au programme Ensignons l'impôt de l'Agence du revenu du Canada, qui a pour but d'aider les enseignants d'écoles secondaires et de collèges à initier leurs étudiants au régime fiscal du Canada. Dans le cadre de ce programme, nous avons invité les enseignants à informer leurs étudiants au sujet du rôle joué par l'Agence dans le secteur canadien des services financiers et à utiliser les publications de l'ACFC en classe. En 2006-2007, les enseignants ont demandé plus de 60 000 publications, soit près de trois fois plus que l'année précédente.



Le sondage a été réalisé au cours de l'automne 2006. L'organisme de recherche a communiqué avec 1 700 Canadiens, partout au pays, en visant particulièrement les consommateurs vivant dans le Nord.

Nous sommes en train d'examiner les résultats du sondage et nous en servirons pour améliorer nos initiatives en matière de liaison externe et nos documents didactiques.

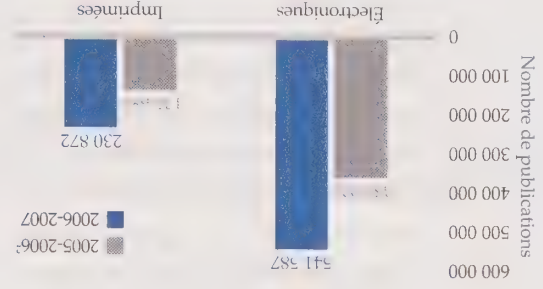
### Activités de liaison externe

#### Liaison avec les députés

Nous avons adressé des lettres aux députés invitant leur personnel à nous faire parvenir des questions touchant la consommation en matière financière et à diriger vers l'Agence les électeurs souhaitant poser des questions et exprimer des préoccupations liées au secteur financier. Nous avons également donné aux députés la possibilité de commander des publications de l'ACFC pour le compte de leurs électeurs. À la suite de cet envoi, les députés ont commandé plus de 8 000 publications.

La figure 2 indique qu'au cours de l'exercice écoulé, l'ACFC a distribué plus de 750 000 publications aux consommateurs canadiens en version imprimée et en ligne. Il s'agit d'une nette augmentation par rapport à l'année précédente.

Figure 2 : Distribution des publications de l'ACFC aux consommateurs<sup>1</sup>



<sup>1</sup> Pour les publications téléchargées, il ne s'agit que des publications conçues pour être utilisées par le grand public. En 2005-2006, le nombre total de publications imprimées ayant été distribuées a légèrement diminué en raison de la nouvelle méthode utilisée pour compter les trousseaux d'information et les publications comprenant plusieurs éléments.

### Partenaires du gouvernement fédéral

En 2006-2007, l'ACFC a travaillé en étroite collaboration avec un certain nombre d'organisations fédérales. Avec l'aide stratégique de l'Agence du revenu du Canada, de Ressources humaines et Développement social Canada et de Travaux publics et Services gouvernementaux Canada, nous avons réussi à joindre les consommateurs en utilisant divers moyens.

#### Annexe de documents aux chèques

L'ACFC a travaillé avec l'Agence du revenu du Canada pour annexer un dépliant aux chèques versés au titre du crédit pour la TPS/TVH et de la Prestation fiscale canadienne pour enfants. Le dépliant de l'ACFC portait sur le droit d'ouvrir un compte bancaire personnel et d'encasser les chèques du gouvernement du Canada sans frais. Nous avons également établi un partenariat avec Ressources humaines et Développement social Canada pour annexer un dépliant aux chèques versés au titre de la Sécurité de la vieillesse et du Régime de pensions du Canada pour fournir la même information aux personnes âgées.

Ces deux initiatives encourageaient aussi les consommateurs à communiquer avec nous par téléphone ou par l'intermédiaire de notre site Web pour obtenir des renseignements objectifs et en langage simple au sujet de leurs droits et responsabilités, et des produits et services bancaires. Après avoir reçu ces dépliant, environ 10 000 Canadiens ont communiqué avec nous. Nous avons également constaté une nette augmentation du nombre de visites de notre site Web.

#### Pavillon du Canada

Travaux publics et Services gouvernementaux Canada est le gestionnaire du Programme des expositions du gouvernement du Canada, dont fait partie le Pavillon du Canada — une exposition itinérante qui fait connaître différents ministères et organismes fédéraux. Cette exposition nous donne la possibilité de nous entretenir avec des Canadiens partout au pays, de leur parler de nos activités et de connaître leurs préoccupations et leurs problèmes.



L'ACFC a demandé à un organisme de recherche indépendant d'effectuer un sondage par téléphone auprès des Canadiens. Les questions posées aux répondants traitaient de la facilité avec laquelle ils menaient leurs activités bancaires quotidiennes; de leurs connaissances des produits et des services financiers de base; de leur compréhension de leurs droits; de leurs besoins en matière d'information; et de leurs principales convictions au sujet des institutions financières en général.

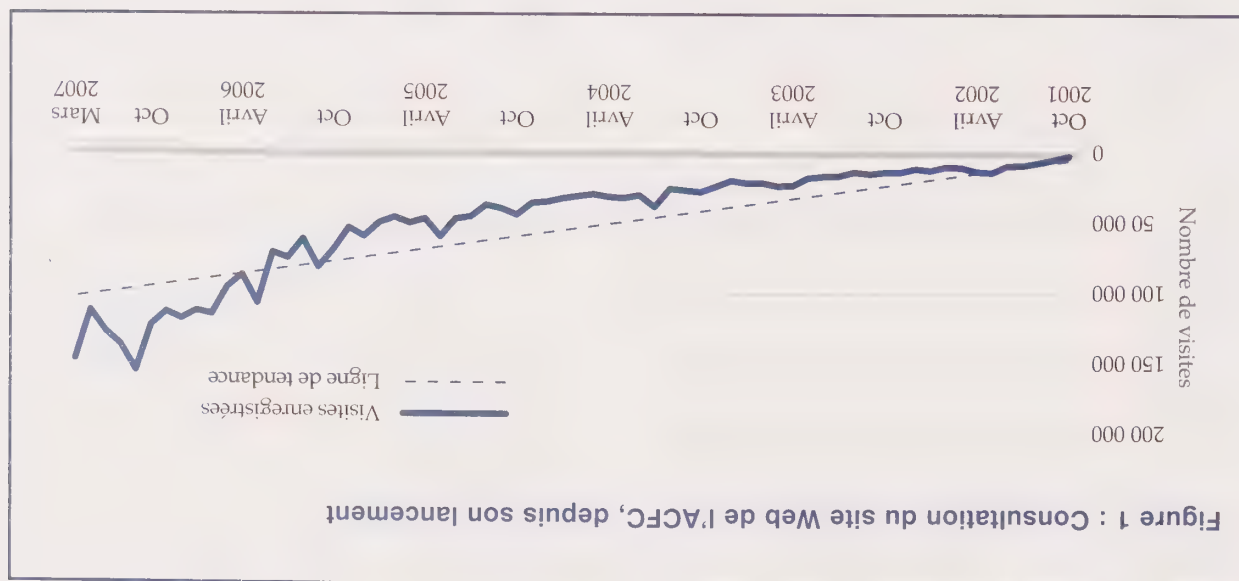
#### Connaissances, convictions et comportement en matière financière

### Sensibilisation au marché et au secteur des services financiers

- Nous avons continué d'alimenter notre base de données sous forme de foire aux questions. On y trouve maintenant quelque 85 questions et réponses sur les services et produits financiers. La base de données contient de l'information sur des sujets de consommation courants comme les comptes bancaires, les cartes de crédit et les dossiers de crédit, les prêts, les hypothèques, les débits préautorisés et les régimes enregistrés d'épargne-études.
- Base de données sous forme de foire aux questions

Le Guide du coût des services bancaires est un des outils interactifs utiles et populaires qui figurent dans notre site Web. Il aide les Canadiens à trouver le forfait de services bancaires qui répond le mieux à leurs besoins. En 2006-2007, nous avons amélioré ce guide pour en faciliter l'utilisation par les consommateurs. Le guide amélioré contient notamment davantage de renseignements détaillés sur les forfaits bancaires. Les consommateurs peuvent désormais comparer d'autres caractéristiques des comptes, par exemple les traites bancaires, les chèques personnalisés gratuits et la protection contre les découverts. Ils ont la possibilité d'exclure certaines institutions financières de leur comparaison. Ils peuvent également comparer les forfaits selon différents critères, dont les frais mensuels, le nombre d'opérations permises en fonction des frais prélevés et le solde mensuel minimal requis pour bénéficier d'une exonération des frais. Les consommateurs peuvent aussi comparer jusqu'à cinq forfaits bancaires simultanément ou visualiser tous les forfaits bancaires offerts selon la province.

- Amélioration de l'outil interactif Guide du coût des services bancaires



Le site Web a fait l'objet de plus de 3 millions de visites depuis qu'il a été mis en service le 21 octobre 2001. La figure 1 montre que le nombre de visites s'est accru régulièrement chaque année.

Enfin, nous établissons des relations avec les médias pour nous aider à transmettre des renseignements objectifs à un grand nombre de Canadiens en temps opportun et de façon rentable. Nous offrons aux médias une perspective unique et utile sur les préoccupations des consommateurs au sujet des produits et des services financiers.

## Nouveaux produits et outils d'information destinés aux consommateurs

### Publications

#### • Cartes prépayées

Nous avons publié *Cartes prépayées*, une nouvelle brochure qui traite des cartes prépayées MasterCard et Visa. La brochure explique en quoi consistent les cartes prépayées, leur fonctionnement et les divers frais qui peuvent être prélevés lorsqu'on les utilise. On y trouve également un tableau détaillé qui compare les caractéristiques et les frais de 12 cartes prépayées offertes au Canada.

#### • Fiches-conseils

Nous avons élaboré une série de fiches-conseils rédigées en langage simple sur les produits et les services financiers courants. Ces fiches donnent aux consommateurs des renseignements clairs et concis sur lesquels ils peuvent s'appuyer pour prendre des décisions financières. Les fiches-conseils sont maintenant affichées dans le site Web de l'ACFC.

Le **tableau 1** indique que le site Web de l'ACFC a reçu en moyenne près de 4 000 visites par jour en 2006-2007, soit près du double de la moyenne quotidienne établie pour 2005-2006. Au cours de l'année écoulée, nous avons dénombré plus de 1,4 million de visites.

**Tableau 1 : Utilisation du site Web de l'ACFC**

	2005-2006	2006-2007
Nombre de visites <sup>1</sup>	766 426	1 448 322
Nombre moyen de visites par jour	2 177	3 968
Nombre de consultations des jeux-questionnaires de l'ACFC	19 170	22 880
Nombre de consultations de l'outil interactif Guide du coût des services bancaires	9 630	11 643
Nombre de consultations de l'outil de recherche Procédures de traitement des plaintes	39 960	184 872
Nombre de consultations de l'outil interactif Les cartes de crédit : à vous de choisir	9 560	9 335

<sup>1</sup> Le nombre de visites représente le nombre total de fois que les visiteurs ont consulté le site de l'ACFC. Si un visiteur reste inactif pendant plus de 30 minutes, la visite est considérée comme terminée. Si un visiteur continue à consulter le site de l'ACFC après la limite du temps mort de 30 minutes, on considère qu'il s'agit d'une nouvelle visite.

**Site Web et outils interactifs**

• **Restructuration du site Web de l'ACFC**

Nous avons remanié le contenu et la structure du site Web de l'ACFC pour rendre celui-ci plus convivial. Nous avons réorganisé le volume accru d'information ayant été versé dans le site au fil des ans. Grâce aux changements apportés, il est maintenant plus facile pour les consommateurs de trouver les renseignements dont ils ont besoin. Toutes les ressources en ligne de l'ACFC qui portent sur un produit ou un service financier donné se trouvent désormais au même endroit. Il suffit aux consommateurs de cliquer sur la catégorie qui les intéresse, par exemple les comptes bancaires, les cartes de crédit ou les hypothèques, pour avoir accès immédiatement à une mine de renseignements pertinents et à jour. Les consommateurs peuvent en apprendre plus sur chaque sujet grâce aux outils interactifs, aux jeux-questionnaires, aux publications, à la foire aux questions, aux renseignements sur les droits et les responsabilités des consommateurs, et à d'autres ressources connexes.

La consultation du site Web n'a cessé de croître au fil des ans, ayant presque doublé en 2006-2007 (voir le **tableau 1**). En novembre 2006, nous avons enregistré un record de près de 156 000 visites au cours du mois (voir la **figure 1**). Par ailleurs, peu de temps après la mise en service de notre site restructuré le 16 mars 2007, nous avons enregistré un record pour ce qui est du nombre quotidien de visites du site Web, soit près de 9 000 visites le 19 mars.



## ...et à la protection

En tant qu'important organisme de réglementation des pratiques du secteur des services financiers, l'ACFC surveille le comportement des institutions financières sous réglementation fédérale et fait en sorte que celles-ci s'acquittent de leurs responsabilités législatives et respectent leur engagement volontaire de protéger les consommateurs. Nous examinons des milliers de plaintes incluant celles qui peuvent être liées à des questions de conformité, soit environ 3 à 5 p. 100 de toutes les plaintes reçues. Après avoir établi la nature de la plainte, nous enquêtons pour savoir si l'institution financière s'est acquittée de ses obligations. Pour ce faire, nous menons un examen visant à déterminer s'il s'agit d'une éventuelle violation d'une disposition visant les consommateurs ou s'il y a eu non-respect d'un engagement public le comportement des banques et d'autres institutions financières donne souvent lieu à des améliorations pour tous les Canadiens.

En 2006-2007, pour être sûrs de répondre rapidement aux questions des consommateurs, nous avons continué d'accroître l'efficacité et l'efficacité de notre processus de traitement des cas liés à des questions de conformité; nous avons porté une attention toute spéciale aux cas ayant le plus de répercussions sur les Canadiens. Nous avons fermé environ 1 500 dossiers relatifs à des questions de conformité au cours de l'année, soit près de 10 p. 100 de plus qu'en 2005-2006. Nous avons traité plus de la moitié de ces dossiers en moins de deux mois.

## Un avenir prometteur

Durant l'exercice en cours et par la suite, l'ACFC continuera de mettre au point des documents d'information et des outils à l'intention des consommateurs canadiens de services financiers. Nous travaillerons en partenariat pour mieux faire connaître nos produits au sein de groupes de consommateurs particuliers. Comme prévu dans le budget fédéral déposé en mars 2007, nous préparerons et diffuserons des documents didactiques qui seront utilisés dans le cadre de programmes éducatifs en matière financière, en particulier pour les jeunes. De plus, nous faciliterons l'échange d'information et de documents didactiques parmi les établissements qui offrent des services éducatifs en matière financière. Le gouvernement du Canada amorcera la mise en œuvre du projet de loi C-37, une Loi modifiant la législation régissant les institutions financières et

## Éducation des consommateurs et affaires publiques

### Informez les Canadiens

comportant des mesures connexes et corrélatives, qui a reçu la sanction royale à la fin de mars 2007, et qui prévoit des changements au cadre législatif et réglementaire. Nous jouerons un rôle central pour assurer que les institutions financières se conforment au cadre révisé. Enfin, nous continuerons à surveiller le comportement des institutions financières pour soutenir la mise en place d'un marché équitable, sécurisé et concurrentiel dans l'intérêt des consommateurs.

La Direction de l'éducation des consommateurs et des affaires publiques de l'ACFC informe les Canadiens au sujet de leurs droits et responsabilités lorsqu'ils traitent avec les institutions financières. Elle leur fournit des renseignements objectifs et clairs pour les aider à mieux comprendre les produits et les services financiers courants.

Nous concevons des publications et des outils qui s'adressent à un vaste public afin que le plus grand nombre possible de Canadiens aient accès à l'information dont nous disposons. Plus précisément, nous accordons une attention toute spéciale aux consommateurs plus vulnérables, par exemple ceux dont les capacités de lecture et d'écriture sont limitées ou dont le revenu est peu élevé.

Sachant que tous les Canadiens ne cherchent pas à se renseigner ou à utiliser l'information de la même façon, nous offrons nos publications en version imprimée et dans notre site Web. Nous diffusons l'information tant au moyen d'outils interactifs en ligne qu'en personne.

Nous faisons connaître nos services et nos ressources de façon stratégique et rentable en travaillant avec des organisations des secteurs public, privé et sans but lucratif. Les partenariats que nous formons nous permettent de tirer parti de vastes réseaux de consommateurs et de joindre diverses collectivités partout au pays.



## Le bilan de l'année

L'Agence de la consommation en matière financière du Canada (ACFC) poursuit son travail afin que les consommateurs canadiens disposent d'un secteur financier équitable et sécurisé. Elle fournit aux consommateurs des renseignements objectifs et fiables sur lesquels ils peuvent s'appuyer pour prendre des décisions financières, et elle veille au respect des lois qui les protègent lorsqu'ils traitent avec les institutions financières.

Étant donné les relations directes qu'elle entretient avec les Canadiens, l'Agence possède une connaissance tout à fait unique de leurs besoins et de leurs préoccupations en matière financière. Elle se fonde sur cette connaissance pour mettre au point ses initiatives d'éducation et orienter ses activités liées à l'exécution de la réglementation.

### *Favoriser la mise en place d'un secteur équitable et concurrentiel...*

L'ACFC vise avant tout à améliorer le fonctionnement du secteur des services financiers dans l'intérêt des Canadiens. Pour ce faire, elle offre des ressources didactiques, assure une liaison externe et fait enquête sur des questions de conformité. Nos activités ont des effets réels dans la vie quotidienne des Canadiens.

En 2006-2007, nous avons préparé de nouvelles publications pour aider les Canadiens à comprendre leurs droits et leurs responsabilités, ainsi que les nombreux produits et services financiers qui leur sont offerts. Nous avons continué de promouvoir l'utilisation d'un langage simple dans le secteur des services financiers sous réglementation fédérale pour nous assurer qu'elles se conforment aux dispositions visant les consommateurs des divers lois qui leur sont applicables.

Nous nous efforçons d'informer le plus grand nombre de Canadiens possible au sujet d'importantes questions financières. À cette fin, nous utilisons nos propres ressources en matière de communication, nous faisons appel aux médias, et nous sollicitons la collaboration des organismes gouvernementaux et des organisations sans but lucratif.

### *...grâce à l'information...*

Depuis la création de l'Agence en 2001, nos relations avec les consommateurs ont pris beaucoup d'ampleur. Au cours de l'exercice écoulé, les Canadiens ont reçu plus de 750 000 exemplaires des publications préparées par l'ACFC, dont plus de 500 000 publications téléchargées de notre site Web. Cela témoigne clairement de la popularité de nos produits.

Étant donné que près de 4 000 personnes consultent notre site Web en moyenne chaque jour, nous sommes en mesure de fournir des renseignements essentiels aux consommateurs, avec efficacité et efficience. Une trentaine de brochures, de tableaux, d'outils interactifs et de rapports sont affichés dans notre site. En 2006-2007, nous avons remanié le site pour le rendre plus convivial et permettre aux consommateurs de trouver plus facilement les renseignements souhaités.

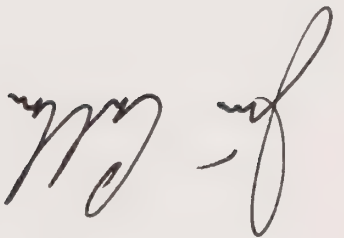
Par exemple, l'ACFC a travaillé avec plusieurs ministères et organismes fédéraux pour fournir d'importants renseignements financiers aux consommateurs âgés et aux nouveaux immigrants. Nous travaillons toujours en collaboration avec le YMCA du Grand Toronto, le groupe Option consommateurs de Montréal et le Success Skills Centre de Winnipeg pour informer les Canadiens sur les services bancaires de base. Nous avons aussi poursuivi nos travaux avec MasterCard et nous avons commencé à collaborer avec Éducaloi pour mettre au point un formulaire de demande de carte de crédit en langage simple pouvant être facilement compris par les personnes aux capacités de lecture et d'écriture limitées.

Afin d'avoir une meilleure idée des connaissances, des convictions et du comportement des Canadiens dans le domaine financier, l'ACFC conclut des marchés avec des organismes de recherche indépendants qui mènent des sondages auprès des consommateurs afin de recueillir de l'information sur leurs opérations bancaires courantes.

# Informier et protéger



Jim Callon



Le commissaire par intérim de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada,

Je désire également remercier les membres de notre personnel pour l'énergie et l'engagement dont ils font preuve dans l'accomplissement de notre mission visant à informer et à protéger les consommateurs canadiens. En conclusion, j'aimerais exprimer toute la reconnaissance des membres de l'Agence envers l'ancien commissaire, M. William G. Knight, qui a terminé son mandat de cinq ans en octobre 2006. En sa qualité de premier commissaire, M. Knight a façonné le rôle joué par l'Agence pour assurer un marché sain, concurrentiel et équilibré, dans l'intérêt des consommateurs de produits et de services financiers. Son dévouement et son fort leadership demeureront une source d'inspiration pour nous tous, qui allons de l'avant en nous appuyant sur les bases solides qu'il a établies.



Au cours de l'exercice écoulé, l'Agence a mené des activités visant à améliorer le marché à de nombreux égards. Nous avons continué de perfectionner nos documents d'information et nos outils éducatifs et de remplir notre mandat en matière de surveillance. Voici des faits saillants de nos activités de surveillance en 2006-2007 :

- À l'issue d'une décision de l'ancien commissaire, M. William G. Knight, tous les emprunteurs liés par un accord de crédit recevront tous les documents d'information exigés par règlement. Autrement, si plusieurs emprunteurs contractaient conjointement un prêt, de nombreuses institutions financières ne transmettaient les documents d'information qu'à la personne considérée comme étant le principal emprunteur en vertu de l'accord de crédit. En conséquence, bon nombre d'emprunteurs responsables du solde impayé d'un prêt n'étaient pas au courant de leurs droits et responsabilités, en particulier lorsque des changements étaient apportés à l'accord de crédit sans qu'ils le sachent.
- L'ancien commissaire a confirmé que la loi exigeait que tous les emprunteurs sans exception reçoivent les documents d'information. Toutes les institutions financières sous réglementation fédérale ont dû revoir leurs pratiques et veiller à ce que les documents d'information pertinents soient transmis aux consommateurs qui empruntent et sont liés par un accord de crédit. Les institutions ont fait preuve de collaboration et ont dressé des plans de mise en œuvre qui doivent être examinés par l'Agence. D'ici 2008, tous les consommateurs qui cosignent un accord de crédit recevront tous les documents d'information exigés par règlement; ils ont le droit de les recevoir individuellement ou conjointement.
- L'Agence a également amorcé un examen des pratiques de commercialisation visant les cartes de crédit. Nous avons remarqué que plusieurs institutions financières offrant des cartes de crédit ne précisaient pas aux consommateurs le taux d'intérêt réel qui leur serait imposé avant que le processus de demande soit terminé, que les antécédents en matière de crédit aient été vérifiés et que la carte de crédit et l'accord connexe aient été émis. Ces institutions faisaient part aux consommateurs d'un éventail de taux d'intérêt, allant du taux le moins élevé au taux le plus élevé, auxquels ils pourraient être admissibles selon leurs antécédents en matière de crédit.

Cet examen a révélé que les institutions ne respectaient pas toujours le principe sous-jacent au *Règlement sur le coût d'emprunt* : les consommateurs doivent être informés de la totalité des coûts d'un instrument de crédit — y compris le taux d'intérêt — avant d'obtenir le produit ou de recevoir le service. Les exigences en matière d'information visent à aider les consommateurs à faire des choix éclairés qui sont fondés sur le coût véritable de chaque produit. L'ancien commissaire a rendu plusieurs décisions importantes dans ce dossier, et elles sont affichées dans le site Web de l'ACFC. L'Agence continuera de surveiller le marché pour s'assurer que les diverses cartes de crédit et les autres modes d'emprunt satisfont aux exigences énoncées dans le *Règlement sur le coût d'emprunt*.

Le gouvernement du Canada a demandé à l'Agence d'accroître ses activités au cours des deux prochaines années. Dans le budget pour 2007-2008, le gouvernement nous a demandé d'élaborer et de diffuser des documents pour l'éducation en matière financière, en particulier pour les jeunes, et de faciliter l'échange d'information et de documents didactiques parmi les établissements qui offrent des services éducatifs en matière financière. Nous nous réjouissons à l'idée de travailler avec des partenaires fédéraux et provinciaux ainsi que des organisations des secteurs privé et sans but lucratif afin de mettre en œuvre ce nouveau programme national d'éducation en matière financière.

Nous sommes fiers de nos réalisations à ce jour. Nous sommes conscients qu'elles ont été possibles grâce à la coopération soutenue et à la capacité de réaction de nos partenaires, des principaux groupes de défense des consommateurs, des intervenants et des institutions financières sous réglementation fédérale. Nous les remercions vivement pour leur contribution.

# Lettre du commissaire par intérim

Chaque jour, les Canadiens sont appelés à prendre des décisions concernant leur situation financière personnelle, et le milieu financier dans lequel ils évoluent est de plus en plus complexe et exigeant. L'Agence de la consommation en matière financière du Canada fait tout son possible pour s'assurer que le marché est équitable et concurrentiel, et que les consommateurs sont en mesure de prendre de bonnes décisions en se fiant aux renseignements clairs et exacts fournis par les institutions financières. Les consommateurs doivent bien connaître les produits et les services financiers qu'ils utilisent, car c'est ainsi qu'ils sont aptes à prendre des décisions éclairées, tout en contribuant à renforcer la concurrence sur le marché. L'Agence assure la surveillance réglementaire des institutions financières fédérales et veille à ce qu'elles se conforment aux lois adoptées sur la protection des consommateurs. Nos activités amènent les institutions financières à mieux rendre compte de leurs activités aux consommateurs, et font en sorte que des millions de Canadiens accèdent plus facilement aux services bancaires de base et reçoivent une information plus complète sur les modalités, les frais et les intérêts applicables. Munis de renseignements clairs et exacts les informant de leurs droits, de leurs responsabilités et des choix offerts sur le marché, les consommateurs sont mieux en mesure de prendre des décisions judicieuses.

Grâce à notre expérience acquise en traitant directement avec les consommateurs et à notre savoir-faire croissant dans le domaine de la conformité du secteur, nous sommes bien placés pour fournir des renseignements objectifs aux parlementaires sur les questions de consommation propres au secteur financier. Lorsqu'elle s'est présentée devant le Comité permanent des finances de la Chambre des communes et le Comité sénatorial permanent des banques et du commerce en 2006-2007, l'Agence a contribué aux délibérations tenues sur le projet de loi C-37, une Loi modifiant la législation régissant les institutions financières et comportant des mesures connexes et corrélatives. De plus, nous publions des statistiques trimestrielles sur les questions de consommation et nous sommes toujours heureux d'apporter des éclaircissements aux responsables de l'élaboration des politiques et aux parlementaires qui en font la demande. En 2007-2008, l'Agence apportera une contribution importante aux décideurs qui seront chargés d'élaborer la réglementation à l'appui de la nouvelle loi. Nous suivrons de près les nouvelles dispositions visant les consommateurs et la nouvelle réglementation qui seront adoptées, et nous veillerons à ce qu'elles soient respectées.

Dans l'exercice de sa fonction de surveillance d'une vaste gamme de questions de conformité au sein du secteur des services financiers sous réglementation fédérale, l'Agence obtient généralement la collaboration soutenue des institutions financières, ce qui lui permet de relever le niveau de conformité de manière efficace et constructive.

En 2006-2007, l'Agence a participé à un processus d'examen mené par les organismes de réglementation provinciaux et le ministère des Finances. L'objectif était de trouver des moyens d'accroître la responsabilisation relative aux services fournis par les trois grands services d'ombudsman du secteur financier. Le processus progresse bien.



Édifice Enterprise, 6<sup>e</sup> étage  
427, avenue Laurier Ouest  
Ottawa (Ontario) K1R 1B9

Le 26 septembre 2007

L'honorable James M. Flaherty, C.P., député  
Ministre des Finances  
Chambre des communes  
Ottawa (Ontario) K1A 0A6

Monsieur le Ministre,

J'ai le plaisir de vous soumettre le rapport annuel de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada, qui couvre la période allant du 1<sup>er</sup> avril 2006 au 31 mars 2007, soit la cinquième année d'activités complète de l'Agence.

Je vous prie d'agréer, Monsieur le Ministre, l'assurance de mes sentiments les plus distingués.

Le commissaire par intérim,

Jim Callon



# Liste des figures et des tableaux

## Figures

1	Consultation du site Web de l'ACFC, depuis son lancement	9
2	Distribution des publications de l'ACFC aux consommateurs	10
3	Nombre total de communications destinées à l'ACFC, selon la source, 2006-2007	19
4	Nombre total de communications destinées à l'ACFC, selon le type d'institution financière sous réglementation fédérale, 2006-2007	20
5	Communications destinées à l'ACFC, par sujet	21
6	Processus de gestion des cas de conformité au 31 mars 2007	44
7	Temps nécessaire pour fermer un dossier relatif à un appel téléphonique reçu par le Centre de communications avec les consommateurs	48
8	Temps nécessaire pour fermer un dossier ouvert après la réception d'une lettre ou d'un courriel, ou la visite d'un consommateur, pour des questions autres que la conformité	49
9	Temps nécessaire pour fermer un dossier relatif à une question de conformité	50

## Tableaux

1	Utilisation du site Web de l'ACFC	8
2	Nombre total de communications destinées à l'ACFC, selon la région géographique	18
3	Demandes de renseignements et plaintes reçues pour des questions autres que la conformité, 2006-2007	22
4	Nombre total de communications reçues à propos de la conformité, selon la catégorie	26
5	Questions de conformité relatives aux dispositions visant les consommateurs, aux codes de conduite, aux engagements publics et au dépôt de documents	27
6	Dossiers fermés pour des cas de conformité ayant fait l'objet de mesures, 2006-2007	31
7	Dossiers fermés pour des cas relatifs aux dispositions visant les consommateurs, selon le type de disposition, 2006-2007	32
8	Dossiers fermés pour des cas de conformité relatifs aux codes de conduite et aux engagements publics, selon le type de disposition, 2006-2007	38
9	Questions relatives aux fermetures de succursales	39

# Table des matières

2	Lettre du commissaire par intérim
5	Informez et protégez
6	Le bilan de l'année
7	Éducation des consommateurs et affaires publiques
13	Conformité et application
17	Répondre aux préoccupations des Canadiens
18	Demandes de renseignements et plaintes
26	Questions de conformité
41	Activités de l'ACFC
42	Rôles et responsabilités opérationnels
44	Gestion moderne
47	Rendement de l'ACFC
48	Service aux consommateurs
51	États financiers
64	Annexes
65	A : Glossaire
68	B : Dispositions et règlements visant les consommateurs
71	C : Principaux codes de conduite et engagements publics sous la surveillance de l'ACFC

# Agence de la consommation en matière financière du Canada

## Notre mission

- L'Agence de la consommation en matière financière du Canada (ACFC) a pris l'engagement d'améliorer le secteur financier du Canada en :
- assurant une surveillance efficace et efficiente des institutions financières pour veiller à ce qu'elles s'acquittent de leurs obligations envers les consommateurs;
  - fournissant de l'information qui permet aux consommateurs de comprendre leurs droits et de prendre des décisions éclairées en matière financière.

L'ACFC offre aux consommateurs des publications, de l'information et des outils interactifs.

[www.acfc.gc.ca](http://www.acfc.gc.ca)

[monargentmesoutils.ca](http://monargentmesoutils.ca)

### Téléphone (sans frais)

(Centre de communications avec les consommateurs)  
De la région d'Ottawa ou de l'extérieur du Canada

1-866-996-5454

### Téléscripneur (sans frais)

De la région d'Ottawa ou de l'extérieur du Canada

1-866-914-6097

### Télécopieur (sans frais)

De la région d'Ottawa ou de l'extérieur du Canada

1-866-814-2224

613-941-1436

### Courriel

Information  
Publications

[info@acfc.gc.ca](mailto:info@acfc.gc.ca)  
[pub@acfc.gc.ca](mailto:pub@acfc.gc.ca)

### Adresse

Agence de la consommation en matière financière du Canada  
Edifice Entreprise, 6<sup>e</sup> étage  
427, avenue Laurier Ouest  
Ottawa (Ontario) K1R 1B9

N.B. Dans cette publication, la forme masculine désigne tant les femmes que les hommes.  
© Sa Majesté la Reine du Chef du Canada (Agence de la consommation en matière financière du Canada)

N<sup>o</sup> de catalogue : FC1-2007  
ISBN : 978-0-662-69568-4







Agence de la consommation  
en matière financière du Canada

Financial Consumer  
Agency of Canada

# Dans l'intérêt des Canadiens



Rapport annuel  
2006-2007

Protéger les consommateurs  
Informer les Canadiens

Canada

CAI  
FCA  
- A56

# annual report



07-08



# Our mission

The Financial Consumer Agency of Canada (FCAC) is committed to improving Canada's financial marketplace by:

- supervising financial institutions efficiently and effectively with respect to meeting their obligations to consumers; and
- providing information that enables consumers to understand their rights and make informed financial decisions.

**FCAC offers a variety of publications, information and interactive tools for consumers.**

**Web site** ..... [fcac.gc.ca](http://fcac.gc.ca)

**Telephone (toll-free)** ..... 1-866-461-FCAC (3222)

(Consumer Contact Centre)

From the Ottawa area or

from outside Canada: ..... 613-996-5454

**TTY (toll-free)** ..... 1-866-914-6097

(For persons with hearing impairment)

From the Ottawa area or from

outside Canada: ..... 613-947-7771

**Fax (toll-free)** ..... 1-866-814-2224

From the Ottawa area or

from outside Canada: ..... 613-941-1436

**E-mail** ..... [info@fcac.gc.ca](mailto:info@fcac.gc.ca)

## Postal address

Financial Consumer Agency of Canada

Enterprise Building, 6th Floor

427 Laurier Avenue West

Ottawa, Ontario K1R 1B9

© Her Majesty the Queen in Right of Canada (Financial Consumer Agency of Canada)

Cat. No.: FC1-2008

ISBN: 978-0-662-05852-6





# Contents



<b>Letter from the Commissioner</b> .....	2
<b>Informing and protecting consumers</b> .....	5
The year in review .....	6
Financial literacy .....	7
Consumer education and public affairs .....	10
Compliance and enforcement .....	17
<b>Responding to the needs of consumers</b> .....	24
Inquiries and complaints .....	25
Compliance issues .....	32
<b>FCAC's operations</b> .....	46
Operational roles and responsibilities .....	47
Best practices in management .....	49
<b>FCAC's performance</b> .....	51
Consumer service .....	52
<b>Financial statements</b> .....	55
<b>Appendices</b> .....	73
A: Glossary .....	74
B: Consumer provisions and regulations .....	77
C: Major codes of conduct and public commitments monitored by FCAC .....	80

# List of charts and tables

## Charts

1	Total FCAC Web site visits by fiscal year, since launch .....	12
2	Distribution of FCAC consumer publications .....	13
3	Total contacts received by FCAC, by source .....	26
4	Total contacts received by FCAC about federally regulated financial institutions.....	26
5	Contacts received by FCAC, by subject matter .....	27
6	Time taken to close a file related to a telephone call received by the Consumer Contact Centre .....	52
7	Time taken to close a file generated by a communication or in-person visit from a consumer, on matters not related to compliance .....	53
8	Time taken to close a file related to a compliance matter .....	54

## Tables

1	FCAC Web site usage .....	11
2	Total contacts received by FCAC, by location.....	25
3	Inquiries and complaints received excluding compliance matters, by category.....	28
4	Total compliance contacts received, by category.....	32
5	Compliance matters relating to consumer provisions, codes of conduct, public commitments and required filings.....	32
6	Compliance cases closed where action was taken.....	37
7	Cases closed relating to the consumer provisions, by type of disposition .....	38
8	Compliance cases closed relating to codes of conduct and public commitments, by type of disposition .....	44
9	Matters related to branch closures.....	45



Financial Consumer  
Agency of Canada

Agence de la consommation  
en matière financière du Canada

Enterprise Building  
427 Laurier Avenue West  
Ottawa, ON K1R 1B9

October 1, 2008

The Honourable James M. Flaherty, P.C., M.P.  
Minister of Finance  
House of Commons  
Ottawa, Ontario  
K1A 0A6

Dear Minister:

I am pleased to submit to you the annual report of the Financial Consumer Agency of Canada for the period April 1, 2007 to March 31, 2008, its sixth full year of operation.

Sincerely yours,

Ursula Menke  
Commissioner



## Letter from the Commissioner



As the new Commissioner of the Financial Consumer Agency of Canada, I am pleased to have this opportunity to look back on what we have achieved and also look at what lies ahead for the Agency.

I was appointed Commissioner in December 2007, when the past fiscal year was more than half over. Nevertheless I can say that in 2007–08 we built further on our successes in compliance and consumer education. On the regulatory side, we continued to focus on issues that would bring the most benefit to the greatest number of Canadians. At the same time we found that the financial industry was generally meeting its commitments and obligations. In consumer education, we carried on the initiatives that have proven so effective since the Agency was established in 2001—including consumer publications, community outreach and partnership development.

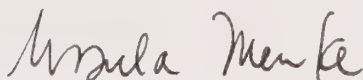
These are all highly valuable undertakings, and as always we will pursue them with vigour. But I am convinced that the greatest need now is to promote financial literacy. Providing training in financial literacy is essential for the Agency to carry out its mandate.

Being financially literate can make a major difference to Canadians in their everyday lives. This has been recognized by the Government of Canada through its two-year funding of FCAC's new Financial Literacy initiative. That timely investment has allowed us to work on several vital projects. An example is our partnership with the British Columbia Securities Commission to develop *The City: A Financial Life Skills Resource*. Launched in September 2008, this Web-based tool will help young Canadians aged 15 to 18 acquire strong financial skills. We believe that the initial focus on youth is important since many young people have their first experience of paid work in these years. They need to become financially literate as soon as possible and the knowledge gained in these early years will tend to stay with them for life.

*The City*, however, is only the beginning of a much broader initiative that will eventually provide financial literacy training to many groups. A network of partnerships will be essential for delivering training to the Canadians who need it most. Discussions are under way with potential partners, including educators, community organizations and other institutions.

Our financial literacy work has involved national as well as international outreach. In 2007-08 we devoted efforts to organizing the Canadian Conference on Financial Literacy. Held in Montréal in September 2008, the event drew financial literacy experts and organizations from across Canada and around the world.

In many ways the past year has marked a quiet transition for the Agency. We have consolidated the efforts of previous years and begun to build for the future. Our work in compliance and education has provided a secure foundation for building Canadians' financial literacy in the long term. That, I believe, is the crucial next step in achieving the goals of our mandate.



Ursula Menke  
Commissioner





# **Informing and protecting consumers**



## The year in review

Since its creation in 2001, the Financial Consumer Agency of Canada (FCAC) has worked to ensure that all Canadian consumers have the tools they need to access a competitive and equitable financial marketplace. We offer objective, reliable information that people can use when making financial decisions, and we oversee the laws and regulations that protect the interests of consumers in their dealings with financial institutions.

### Creating a better financial marketplace

Every year, tens of thousands of Canadians contact FCAC to ask questions, request information and find assistance. Our direct contact with consumers gives us a unique insight into their needs and concerns, helps us develop our educational resources, and provides input into our enforcement activities.

Our work affects the daily lives of all Canadians by helping them obtain clear, complete information about the financial products and services available to them. To ensure that financial institutions meet their obligations to consumers, we oversee how those institutions comply with consumer-focused provisions in the legislation and regulations to which they are subject. In this way, FCAC strengthens the competitive marketplace for all players, and enables consumers to make appropriate decisions based on an understanding of their rights, responsibilities and options.

In 2007–08, we continued to build on our growing strength and experience as a trusted

source of objective consumer information and a regulator in Canada's financial marketplace. We consolidated the progress we have already made toward accomplishing our mandate, and continued to work with old and new partners in the private, public and not-for-profit sectors. In a particularly important initiative, we began to extend our work in the area of financial literacy.

### Informing Canadians

To deliver our consumer resources, FCAC uses a wide range of tools. These include our Web site, media presence and numerous partnerships that help us reach out to target groups.

During 2007–08, we continued to develop new publications on topics such as savings accounts and their benefits, and service fees on credit card transactions. We continued to provide interactive Web tools that consumers can use to compare products such as bank accounts and credit cards. We also added to our range of tip sheets for consumers and our Frequently Asked Questions database.

Demand is growing for FCAC's services and information. Including print copies and electronic downloads, we delivered 1.7 million publications to Canadians last year—more than double the number in 2006–07. Our Web site received more than 1.6 million visits during the year, or an average of more than 4,500 visits a day. This represented an increase of 15 percent over 2006–07.

The most important of FCAC's new activities in 2007–08 was our Financial Literacy initiative. The program is designed to help Canadians improve their ability to understand, analyze and use information about financial decisions in

day-to-day life. Our first priority in developing the program is to give Canadian youth the financial skills they need to succeed in adult life. To achieve this we are working with partners such as the British Columbia Securities Commission, the Investor Education Fund, and Social and Enterprise Development Innovations.

Partnerships were a key factor in many of FCAC's educational and outreach activities during 2007–08. With MasterCard and Éducaloi, we continued developing a plain-language credit card application. As a result of our long-standing relationships with the Canada Revenue Agency (CRA) and Human Resources and Social Development Canada, FCAC information pamphlets were included in mailings of government cheques. We participated once again in the CRA's Community Volunteer Income Tax Program. We worked as well with Agriculture and Agri-Food Canada to distribute our publications to Canadians living outside urban centres.

## **Protecting the interests of consumers**

Through its Compliance and Enforcement Branch, FCAC protects the rights and interests of consumers. The Branch supervises and enforces the laws, regulations, voluntary codes and public commitments that govern Canada's federally regulated financial institutions. Our activities make a difference in terms of market practices and conduct. A single compliance case may lead to changes that help thousands or even millions of Canadians.

During 2007–08, we continued to refine our compliance process by improving our complaint screening and case management tools. The changes help us better identify the compliance

cases that will have most impact on consumers and the marketplace. We identified the Canadian Code of Practice for Consumer Debit Card Services (the “debit card code”) as a monitoring priority for 2007–08, and began a broad review to determine how well financial institutions were implementing and adhering to the code.

## **Looking ahead**

FCAC will continue to foster financial literacy among Canadians. We will again concentrate on the youth audience but will also design our work to reach the general public. We will maintain our commitment to promoting consumer education, encouraging the use of plain language in the marketplace, creating and refining publications and tools, and monitoring Canada's financial institutions. Together with current and new partners, we will develop and share educational materials that can be used across the country.

As part of our ongoing efforts to refine and update our compliance monitoring, we will undertake a comprehensive review of our compliance framework. The aim is to keep the framework current and responsive to changes in Canada's financial services marketplace and in consumer needs.

Finally, we will continue working to make FCAC and its services better known to all Canadians.

## **Financial literacy**

In 2007–08, we began developing a new Financial Literacy initiative to help young Canadians understand how to manage their financial affairs more effectively. In its March 2007 budget, the Government of Canada



announced \$3 million in funding to support the creation and delivery of the program during 2007–09. The federal commitment recognizes the importance of financial literacy to Canadians, and contributes to the well-being of Canada's society and economy.

## Why financial literacy?

Three key reasons underlie the importance of financial literacy to consumers and the Canadian marketplace:

- **Financial knowledge and comprehension.** Consumers need to understand money and credit, and how they are used. With this understanding, they can make the right choices in their everyday financial affairs.
- **Financial skills and competence.** Consumers need to be able to apply their financial knowledge in many contexts, including situations in which they face either financial problems or financial opportunities.
- **More level playing field.** Consumers need financial literacy skills to become more effective participants in the marketplace. This in turn will strengthen the Canadian financial industry by making it more efficient and competitive.

As a starting point for this program, FCAC's 2007–09 business plan outlines two key goals for the Financial Literacy initiative:

- **Engaging consumers.** We will extend, enhance and promote national initiatives that engage consumers of financial services, and enable them to make better

decisions by improving their financial knowledge and understanding.

- **Engaging the industry.** We will engage key industry players, including existing providers of financial information and educational materials, to build financial literacy among Canadians.

Partnerships have played a crucial role in helping FCAC work toward these goals, and will continue to do so. As part of our commitment to promoting best practices in this area, in 2007–08 we held extensive discussions with other institutions. Our aim was to identify possible areas of collaboration and support. The discussions led to several initiatives, the most important of which are directed at Canadian youth.

## Financial education for young people

FCAC is focusing its financial education agenda on the needs of younger Canadians. To lay the groundwork, in 2007–08 we surveyed existing resources and programs, and formed partnerships with other institutions. With this input we proceeded to create a youth-oriented curriculum and other key initiatives. They include the following projects.

### *The City: A Financial Life Skills Resource*

FCAC joined with the British Columbia Securities Commission (BCSC) to develop *The City: A Financial Life Skills Resource*. This free Web-based interactive tool is designed to help young Canadians acquire strong financial skills. *The City* is based on a BCSC-created program currently used in high schools throughout

British Columbia. The resource features an engaging, story-driven approach with a cast of characters at different stages of life. It gives the opportunity to explore financial situations in a risk-free setting. The plan is to disseminate the youth-oriented resource to educators nationwide.

In partnership with the Commission, we reworked the British Columbia program to make it applicable to Canadians everywhere, and converted it to an on-line format. We completed the downloadable classroom content—including worksheets and teacher guides—and identified curriculum matches in all provinces and territories. We also started creating the on-line learning modules, which cover budgeting, banking, credit and many other financial topics.

Launched in fall 2008, *The City* is now available in both official languages through The Money Belt, a financial education Web site (see the following section).

### ***The Money Belt***

During 2007–08, we worked on developing The Money Belt—an electronic gateway to a broad range of financial education resources designed for teachers, young people and the general public. This Web portal was launched in summer 2008 at [themoneybelt.gc.ca](http://themoneybelt.gc.ca). It supports our Financial Literacy initiative and contains links to other financial education programs available across Canada. The Money Belt is intended to be a trusted, accessible source of educational tools for young Canadians, helping them develop financial life skills.

### ***Teacher training modules and workshops***

*The City* is a self-contained, ready-to-use resource for teachers and other educators. We recognized that teachers would play a key role in facilitating wider adoption of *The City*. With this in mind, we developed a teacher training module and a plan for delivering it, either through workshops or electronically via Webcasts and Web conferencing. The workshops use a train-the-trainer model. The goal is to create a group of teacher champions who can promote the resource to their colleagues. At the same time the workshops provide additional support to teachers who feel unprepared to teach the subject matter because they themselves have limited financial knowledge.

### ***Teaching financial literacy in the college classroom***

FCAC worked with the Investor Education Fund and George Brown College in Toronto to develop and distribute financial education resources at the post-secondary level. The college undertook to deliver the pilot project free of charge. The first three-hour workshop took place in March 2008, presenting basic financial concepts to college students. Another workshop followed in May and a third is planned for October. The goal is to develop a college-level financial literacy program for marketing to post-secondary institutions across Canada.

### ***Canadian Conference on Financial Literacy***

In September 2007, FCAC joined with Social and Enterprise Development Innovations and the Joint Forum of Financial Market Regulators

on a major initiative: organizing a conference for financial literacy experts and organizations from across Canada and around the world. The aim of the event was to share best practices and ideas, promote dialogue, and encourage cooperation. After a year's preparation, the Canadian Conference on Financial Literacy took place in September 2008. Participants included industry representatives, regulators, policy-makers and politicians, as well as international leaders in financial literacy.

## Consumer education and public affairs

### Informing Canadians

First and foremost, FCAC's Consumer Education and Public Affairs Branch seeks to provide Canadians with the information they need to function effectively in the financial marketplace. To carry out this task, we provide independent, objective information about commonly used financial products and services, and about the way the financial industry should conduct itself when dealing with Canadians.

People have various ways of looking for information or using it. For this reason we offer our publications in print and on our Web site. We distribute and deliver other kinds of information through interactive on-line tools and in person. In every case we try to make our material accessible to a broad audience. Our aim is to ensure that as many Canadians as possible can obtain the financial information they need. At the same time we target more vulnerable consumers, such as people with lower literacy levels and/or lower incomes.

To make Canadians aware of our services and resources, we also work with organizations in the public, private and not-for-profit sectors. These partnerships give us access to extensive consumer networks, enabling us to reach into communities across the country.

Finally, we develop fruitful relationships with the media to help us deliver objective information to a large number of Canadians quickly and cost-effectively. In return, we offer the media a unique insight into how Canadians view the financial products and services they use almost every day.

### New consumer information products and tools

#### *Publications*

- ***Savings Accounts: Choosing the Right Savings Account for Your Needs***

We released *Savings Accounts*, a new Web-based guide that explains the benefits of savings accounts, how they work, how they calculate interest and how they protect a consumer's savings. Included in the guide is an on-line, interactive tool that helps consumers choose the best savings account for their needs.

- ***Service Fees on Credit Card Transactions***

We created a new Web-based publication called *Service Fees on Credit Card Transactions*. Giving examples, the guide explains the various fees that can apply to credit card transactions, how the fees work, how they can be minimized, and how consumers can choose cards that have low fees but still meet their needs.



- **Tip sheets**

We continued developing plain-language tip sheets on a variety of existing and emerging topics. These short, handy references help people compare financial services and products so that they can make informed financial decisions. Some of our tip sheets deal with topics we have not addressed before. Others summarize the more extensive information found on our Web site.

### **Web site and interactive tools**

- **Common Look and Feel Standards for the Internet**

In 2006, the Treasury Board of Canada approved the mandatory Common Look and Feel Standards for the Internet. These standards specify a common appearance

for most Government of Canada Web sites and provide for greater consistency in the way the sites are used. All existing sites must be converted to the standards by December 31, 2008. During 2007–08, FCAC worked steadily to conform to these standards.

- **FAQ database**

FCAC continued to expand its Frequently Asked Questions database, which provides answers to the questions that consumers most commonly put to the Agency. The database now has nearly 100 entries dealing with bank accounts, credit cards, credit reports, loans, mortgages, pre-authorized debits, and many other financial products and services.

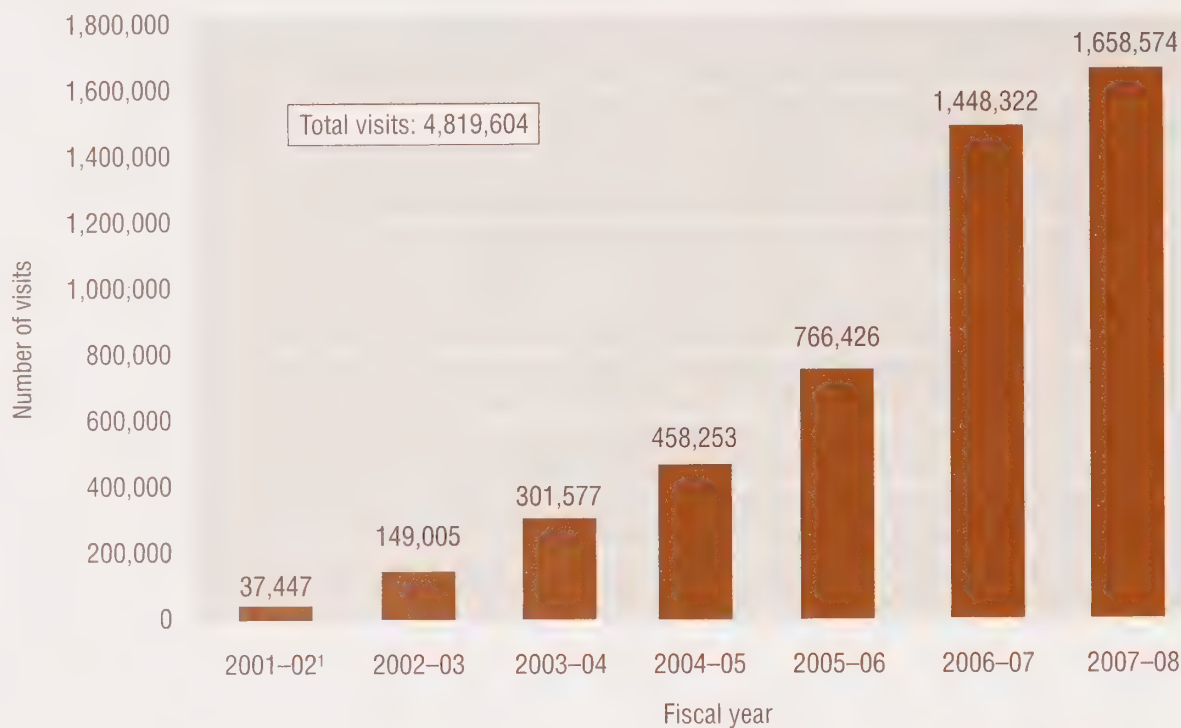
**Table 1** shows that our Web site averaged more than 4,500 visits a day in 2007–08, an increase of 15 percent over 2006–07. During the past year, we received more than 1.6 million visits.

**Table 1: FCAC Web site usage**

	<b>2006–07</b>	<b>2007–08</b>
Number of visits	1,448,322	1,658,574
Average number of visits per day	3,968	4,544
Visits to FCAC quizzes	22,880	34,748
Visits to <i>Cost of Banking Guide</i> interactive tool	11,643	8,563
Visits to <i>Complaint-handling process</i> search tool	184,872	226,527
Visits to <i>Credit Cards and You</i> interactive tool	9,335	14,714

**Chart 1** shows that FCAC's Web site has received more than 4.8 million visits since its launch on October 21, 2001. Three million of these visits occurred in the past two years alone. This shows that Canadians are increasingly aware of FCAC and the help we offer.

**Chart 1: Total FCAC Web site visits by fiscal year, since launch**

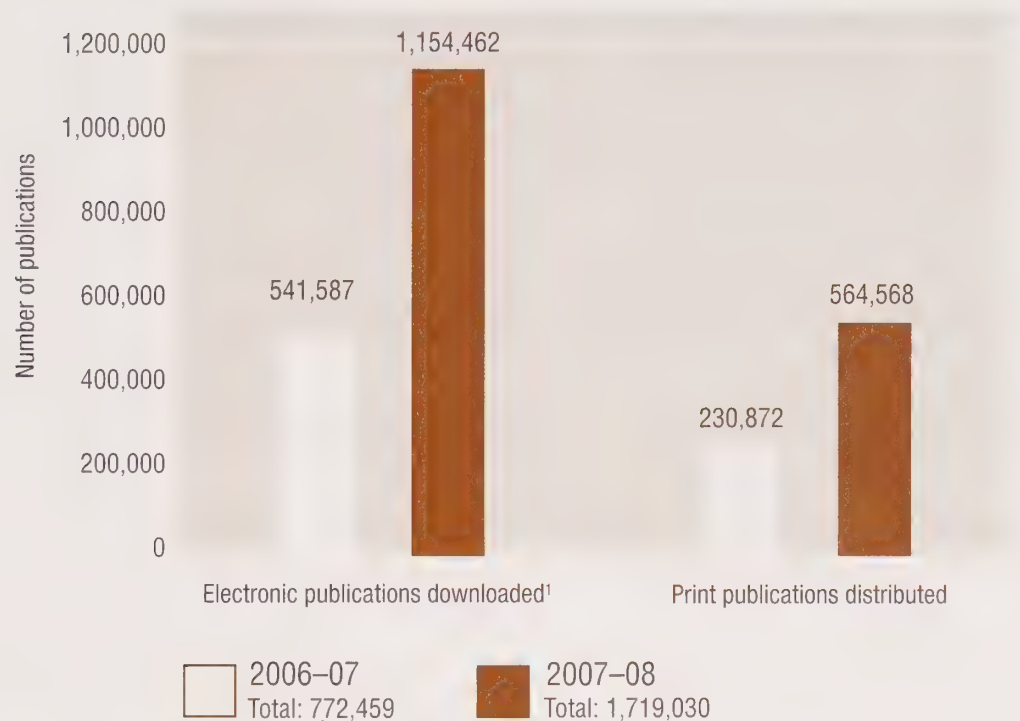


<sup>1</sup> Fiscal year 2001-02 covers the period from the Web site's launch date (October 21, 2001) to March 31, 2002.

## Outreach activities

**Chart 2** shows the distribution of FCAC publications during the past two years. In 2007-08 we delivered 1.7 million publications in print or electronic form—an increase of 123 percent over the figures for 2006-07.

**Chart 2: Distribution of FCAC consumer publications**



<sup>1</sup> Includes downloads only of publications for use by the general public.

## Federal government partners

### • Cheque inserts

With the help of the Canada Revenue Agency, FCAC again was able to distribute its information pamphlets to large numbers of consumers. A total of 5.5 million pamphlets were included in the January 2008 mailing of GST/HST credit cheques and Canada Child Tax Benefit cheques. The pamphlets told consumers about their right

to open a bank account or cash a federal government cheque of up to \$1,500 for free. As a result of the mailing, 4,065 consumers got in touch with FCAC's Consumer Contact Centre, and people who received the pamphlet ordered 1,365 publications.

Similarly, Human Resources and Social Development Canada included 1.2 million FCAC information pamphlets in its November 2007 mailing of Old Age



Security and Canada Pension Plan cheques. After the mailing, 495 seniors got in touch with FCAC's Consumer Contact Centre to ask questions and obtain information.

Although more and more Canadians receive government payments via direct deposit, the CRA still sends out 6.1 million cheques by regular mail each year. This shows that there continue to be many Canadians who can benefit from FCAC's cheque insert strategy.

- **Canada Pavilion**

Public Works and Government Services Canada manages the Government of Canada Exhibitions Program, which includes the Canada Pavilion—a travelling showcase featuring different federal departments and agencies. FCAC's regular participation gives us an opportunity to meet face to face with Canadians across the country, tell them about our work and listen to their concerns.

In 2007–08, FCAC participated in four Canada Pavilion events in St. John's, Halifax, Saskatoon and Québec City. We spoke with approximately 15,000 Canadians, and distributed more than 27,000 publications and 14,000 promotional items. Through these contacts, we encouraged consumers to turn to FCAC for help and information. At the same time we received direct input about the concerns and problems that many Canadians have with the financial products and services they use.

- **FCAC in the classroom**

FCAC again participated in the CRA's Teaching Taxes Program, which helps high school and college teachers educate their students about Canada's tax system. Teachers were invited to inform students about FCAC's role in Canada's federal financial market and to use FCAC publications in the classroom. In 2007–08, teachers requested more than 57,000 publications. The information they contain helps students understand a variety of financial products and services, make confident financial choices based on the facts, and know their rights when dealing with financial institutions.

- **Community Volunteer Income Tax Program**

The Canada Revenue Agency works with a network of non-governmental organizations (NGOs) that offer tax clinics to consumers with low incomes. In partnership with the CRA, we provided to clinic staff a specially designed brochure and a publication order form for distribution to clients. The brochure explains consumers' rights when opening a personal bank account, how to cash a Government of Canada cheque for free, why a good credit report is important and how to obtain a report copy free of charge from a credit bureau. It also outlines FCAC's services and products, and ways we can help consumers.

Approximately 1,000 NGOs ordered 50,000 FCAC brochures and publication order forms, which they distributed to consumers during the 2007 tax clinics.

- **Rural events**

With the help of Agriculture and Agri-Food Canada, we distributed two targeted publications to Canadians living in rural areas. During 2007–08, FCAC was represented at 50 agricultural and rural events, at which we distributed nearly 2,250 Agency publications and 2,500 promotional items.

- **Feature of the Month Program**

Service Canada selected FCAC for its Feature of the Month Program in March 2008. Under the program, we provided 213,050 publications to Service Canada outlets for distribution to consumers across the country. FCAC was previously selected for the program in 2004 and 2006. Feature of the Month is particularly useful for reaching Canadians who do not have Internet access.

This is an example of the ongoing partnership between FCAC and Service Canada. We make year-round use of Service Canada's network of outlets to supply financial information and resources to consumers. In 2007–08, Service Canada representatives ordered an additional 35,000 publications from FCAC as a result of this partnership.

needs of Canadian consumers, FCAC must make sure that information is presented clearly and effectively. This is why we use plain language in our publications and have built up our staff's expertise in this area.

In 2007–08, we continued working with MasterCard on development of a plain-language credit card application for use by issuers of that credit card. In January 2007 we finalized a prototype application. In March 2008, FCAC and MasterCard conducted focus group testing of the application, using eight groups in four different cities across Canada.

- **Train the Trainer Program**

For organizations and trainers working with new immigrants and other community groups, FCAC's Train the Trainer Program gives an overview of the Canadian financial services industry. The program includes plain-language information on consumers' rights to open a bank account and cash a Government of Canada cheque for free.

This year, the YMCA of Greater Toronto delivered the program to various groups, using a new DVD and booklet developed by FCAC. The bilingual learning aids ensure consistency in FCAC's messages to Canadians everywhere. The aids will be used by trainers who offer information sessions to vulnerable consumers as well as newcomers to Canada.

## ***Partnerships with private-sector and not-for-profit organizations***

- **Plain language**

Explanations about financial products and services tend to be complex. To meet the

- **Credit Education Week**

In 2007, Credit Canada and Capital One Bank spearheaded a new national initiative called Credit Education Week. They invited

leaders in financial services, consumer advocates, community organizations and various levels of government to participate in a series of events in Toronto in November. The aim was to engage people from all walks of life, raise their awareness of financial issues, and provide them with the tools and resources they need to make informed financial choices.

During the week, FCAC participated in campus fairs at the University of Toronto and York University, as well as in a trade show. The events informed consumers about their rights and responsibilities regarding banking and credit cards, helped them understand how they can manage their finances properly, and increased awareness of FCAC among community leaders and decision-makers.

- **Speakers' Program**

FCAC's Speakers' Program enables us to reach more Canadians by scheduling public talks for the Commissioner and other members of the Agency. During 2007–08, we arranged for FCAC representatives to speak at various venues:

- Credit Education Week;
- the Metro Toronto Convention Centre;
- the YMCA of Greater Toronto;
- National Defence and the RCMP;
- the Association coopérative d'économie familiale (ACEF) du Nord de Montréal; and
- Logifem Resources Inc. (women's shelter).

- **Distribution of tip sheets to outreach partners**

We distributed our first series of tip sheets by mail and e-mail to 56 of our outreach partners. About 5,000 FCAC publications were sent out as a result of this initiative.

### ***FCAC on the international scene***

In 2003, FCAC helped create the International Forum on Financial Consumer Protection and Education. Agency officials regularly participate in the Forum's annual meetings, where financial market regulators share best practices and common concerns related to consumer protection and education.

The October 2007 meeting of the Forum took place in Hungary. FCAC played a prominent role as our Acting Commissioner spoke on financial capability and literacy, compliance issues, and risk- and principle-based regulation.

### ***Media relations***

FCAC considers the media to be a key channel for transmitting financial information to the public and highlighting our role in the financial sector. We have developed a strong and positive relationship with media across the country. As a result, our work was covered in 614 news stories during 2007–08, an increase from 467 the previous year. This translates into a total of approximately 35.7 million media impressions during the year.<sup>1</sup>

FCAC was mentioned in the media most frequently in connection with credit and credit cards, loans, and bank accounts.

<sup>1</sup> Reach/circulation figures were unavailable for 294 of the 614 media mentions. This lessens our ability to accurately estimate the impact of FCAC's media coverage.



- **Media outreach**

We have continued to build relationships with English- and French-language media, which regularly recommend FCAC resources to consumers looking for help and information about financial matters. Our strong media presence ensures a very wide audience for our messages, and the result has been strong and steady growth in the demand for FCAC products. For example, our Web site received more than 1.6 million visits during 2007–08.

- **Community newspaper articles**

Part of our media strategy is to build FCAC's presence in the print media of smaller communities. Their papers and journals are widely read and trusted sources of information across the country.

FCAC produces short articles for delivery to these outlets via the News Canada service, which distributes stories to subscribers. Intended for the general reader, our stories provide tips, advice and information about financial matters, as well as our contact information and references to our Web site resources.

- **Magazine articles**

Every edition of *Canadian Newcomer Magazine* carries an article from FCAC. Published bimonthly in French and English, this Toronto-based magazine is aimed at people who have recently come to live in Canada. Our goal is to make FCAC and its role better known to this audience.

## Compliance and enforcement

### Protecting the interests of consumers

FCAC's Compliance and Enforcement Branch oversees the legislation and regulations that protect consumers in their dealings with federally regulated financial institutions, and monitors the industry's compliance with voluntary codes of conduct and public commitments. We investigate consumer complaints using tools such as mystery shopping and annual examinations of financial institutions.

FCAC's regulatory work makes Canada's financial marketplace more transparent, fair and competitive. A single compliance case may lead to industry-wide changes that help thousands or even millions of Canadians.<sup>2</sup>

### Selected Commissioner's decisions

FCAC monitors compliance on the part of federally regulated financial institutions and promotes transparency in the financial industry. Its actions ultimately lead to better protection for consumers. The process can be seen in the Agency's handling of cases involving a violation of regulations, or else non-compliance with a code of conduct or a public commitment. Decisions taken by the Commissioner or the Acting Commissioner on such cases are summarized and posted on the FCAC Web site. Following is a sample of representative decisions from 2007–08.

For a step-by-step description of the Agency's case management process, see Appendix G of the FCAC *Compliance Framework*, posted on our Web site under "Reference Documents" in the "For the industry" section.

- **Failure by a bank to issue a written statement setting out the changes it had made to a credit card agreement at least 30 days before the changes came into effect**

Issue:

A consumer contacted FCAC regarding a change that her bank had made to the interest rate for cash advances on her new credit card. She had applied for the card to take advantage of a promotional rate for these advances.

At the time she applied, the bank gave her a brochure that set out the promotional interest rate, as well as the terms and conditions of the offer. The brochure stated that the promotional rate would be in effect for six months after the card was issued, but did not specify the dates on which the offer would come into effect or terminate.

The consumer received her new credit card and a credit agreement that contained the reduced rate. However, the agreement did not state that the interest rate was a promotional rate. It did not specify whether the rate would be in effect for three or six months, nor what rate would eventually replace this promotional rate. It simply noted that the rate might be changed from time to time and that the cardholder would be informed of any change.

Three months after the card was issued, the bank changed the reduced promotional rate to the higher, regular rate. It did not inform the consumer in writing at least 30 days before the change came into effect. When FCAC investigated the situation, the Agency found that the bank

followed this practice with all its customers in the same situation.

Outcome:

The Acting Commissioner found that the bank had violated the *Cost of Borrowing (Banks) Regulations* and imposed a penalty of \$25,000. The bank paid the penalty and FCAC closed the file.

As a result of this decision, the bank made a commitment to change its credit agreement and to include information about both regular and promotional interest rates, as well as the dates on which the rates would take effect. FCAC's action ensured that when credit cardholders sign a credit agreement, they will now be informed of possible variations in the interest rate.

- **Failure by a bank to provide borrowers with periodic supplementary disclosure statements**

Issue:

A consumer complained to FCAC that the monthly credit card statements he received from his financial institution did not indicate the interest rate that applied to his account. This contravened the *Cost of Borrowing (Banks) Regulations*, which require federally regulated financial institutions that issue credit cards to provide borrowers with monthly statements specifying:

- the time period covered by the statement;
- the interest rate that applies for the billing period; and
- the amount of credit available at the end of that period.

Outcome:

FCAC's investigation revealed that, in the monthly statements sent by the bank to customers for a particular credit card product, the institution had failed to disclose the time period of the statement, the applicable interest rate and the remaining available credit. The Acting Commissioner issued a Notice of Violation with a proposed penalty of \$25,000. The bank paid the penalty and FCAC closed the file.

As a result of this decision, the bank modified its monthly statements to add the missing information. FCAC's action helped correct a situation in which credit cardholders did not receive important information that they were entitled to have about their accounts. Since they now have this information, consumers will be better able to monitor their credit card accounts and make sound financial decisions.

- **Failure to comply with a voluntary code of conduct concerning unauthorized debit card transactions**

Issue:

A consumer complained to FCAC that he was being held financially liable for unauthorized bank transactions made with a debit card he had lost. The consumer told FCAC that he went to the merchant where he thought he had left the card but was unable to retrieve it, and that he reported the lost card to the bank three days after noticing it was missing.

The disputed transactions took place within one day of the loss of the card. The consumer claimed that he had not

authorized the transactions and asked the bank to reimburse him for the missing funds. The bank concluded that the pattern and locations of the disputed transactions did not indicate that the card had been stolen, and refused the consumer's request.

Outcome:

FCAC based its investigation on the information provided by the consumer and the bank. The Agency concluded that the bank had not complied with the Canadian Code of Practice for Consumer Debit Card Services, which outlines the obligations of financial institutions to reimburse consumers for losses resulting from unauthorized use of their debit cards. FCAC therefore sent a letter of non-compliance to the bank stating that, on a balance of probabilities, the institution had failed to demonstrate that the consumer contributed to the unauthorized use of his card.

In response, the bank asked for a review of the case by the Acting Commissioner and filed additional information with the Agency. After reviewing the file and taking into consideration the new information from the bank, the Acting Commissioner decided that this case did not show any non-compliance with the code. He determined that, on a balance of probabilities, the new information demonstrated that the consumer must have contributed to the unauthorized use of his debit card.

FCAC's monitoring ensures that voluntary codes such as that on debit cards work well for consumers. The code is designed to protect Canadian debit card users. For consumers as well as the industry, it outlines responsibilities and liabilities with



respect to debit card transactions. Making this information publicly available facilitates investigations in disputed cases. It also fosters healthy competition in the marketplace.

- **Failure to cash a federal government cheque**

Issue:

A consumer complained to FCAC that a bank branch did not cash her federal government cheque because she had presented it after the normal working hours of the government's Cheque Redemption Control Directorate (CRCD). The amount of the cheque was under the maximum of \$1,500 specified in the *Access to Basic Banking Services Regulations*.

The consumer was not a customer of the bank but had presented valid identification for cashing the cheque, as set out by the Regulations. Moreover, there was no sign of tampering with the cheque. The branch told the consumer that it could not cash the cheque until the following day, when it would be able to call the CRCD to have the cheque verified.

Outcome:

The Acting Commissioner found that a violation had occurred and imposed a penalty of \$1,000. The bank paid the penalty and FCAC closed the file. The bank also updated its policy manuals, clarifying when and in what circumstances to use the CRCD's cheque verification services.

Canadians have the right to cash their Government of Canada cheques for

amounts of up to \$1,500 free of charge at any Canada Deposit Insurance Corporation member bank, whether or not they have a relationship with the financial institution in question. Ensuring that they can exercise this right is essential to improving access to basic banking services in Canada.

## Key compliance activities

### *Compliance monitoring*

- **Annual examinations**

In 2007–08, FCAC's Compliance and Enforcement Branch carried out its general examination of all federally regulated financial institutions. This annual examination assesses compliance with the consumer provisions as set out in the relevant legislation.<sup>3</sup>

As in the previous year, we found that federally regulated financial institutions are meeting their statutory obligations in most cases. When an institution did not meet its obligations, FCAC addressed the compliance issue individually with that institution.

However, the examination did highlight two issues that the Branch will attend to in 2008–09:

- New and/or smaller financial institutions could require additional compliance support because they face unique compliance challenges that larger financial institutions may not encounter.

<sup>3</sup> To increase the efficiency of our examination process, we began providing our questionnaire to financial institutions in electronic format. This helped FCAC reduce paper use and simultaneously facilitated the overall reporting procedure.

- An encouraging trend is that financial institutions are increasing their corporate reporting of consumer issues. However, we may need to re-examine the requirements for institutions to report consumer-related matters to FCAC. An update may be necessary to ensure that FCAC has all the information needed to carry out its role as the federal regulator of the financial market's conduct.

- **Monitoring of the Canadian Code of Practice for Consumer Debit Card Services**

For 2007–08, FCAC made it a priority to monitor the Canadian Code of Practice for Consumer Debit Card Services. This is a voluntary code of conduct that outlines industry practices as well as consumer and industry responsibilities with regard to the use of debit cards and personal identification numbers (PINs). The code was developed in 1992 through extensive consultation with financial institutions, consumer organizations, retailers, and federal and provincial governments. It was implemented in 2005.

Canadian consumers are increasingly using debit cards. In 2007–08, we began a broad review to determine how well financial institutions were implementing and adhering to the code, and to assess consumers' knowledge of their rights, responsibilities and liabilities when using their debit cards.

We used both quantitative and qualitative research in the review, including a public opinion survey and focus groups to assess

consumer knowledge of debit cards. We also carried out an examination of the related documentation used by a number of financial institutions, such as cardholder agreements and the financial institutions' own policies and procedures.

FCAC completed all the research components of the review within the fiscal year. In March 2008, we reported the results of the consumer-focused research on our Web site.

- **Ensuring proper disclosure to co-borrowers**

In 2006–07, we noted that we would work with financial institutions to help ensure that they properly implement FCAC's interpretation of the *Cost of Borrowing Regulations*. The regulations state that federally regulated financial institutions must ensure proper disclosure to all borrowers on a loan, including co-borrowers. Alternatively, they may obtain prior consent from all borrowers to provide only a single disclosure document for a loan.

In 2007–08, FCAC worked in collaboration with financial institutions to implement and enhance disclosure practices for joint borrowers. FCAC is confident that federally regulated financial institutions achieved compliance with the consumer provisions relating to co-borrowers, as set out in the *Cost of Borrowing Regulations*.

## ***Advising on new legislation and regulations***

FCAC does not have a policy mandate. However, as the federal regulator of the financial market's conduct, we can provide information and advice to support the development of federal policies, laws and regulations that govern the financial services sector. In this capacity, FCAC was involved in the following initiatives during 2007–08.

- **Review of legislation and regulations for financial institutions**

In March 2007 Parliament passed Bill C-37, *An Act to amend the law governing financial institutions and to provide for related and consequential matters*. During 2007–08, FCAC continued to support the government's financial policy development by providing input for new regulations stemming from this legislation. We also ensured that the industry was informed of new or amended provisions that came into force with the passing of the Act.

- **Government working groups**

At the request of several government working groups, we provided advice and input from our experience in two key areas: dealing with the issues facing consumers in the financial services marketplace; and enforcing the consumer provisions contained in federal statutes and regulations governing financial institutions.

## ***Compliance activities***

In 2007–08, we undertook various compliance activities involving federally regulated financial institutions. They included:

- on-site examination;
- establishment of formal Compliance Agreements; and
- development of voluntary action plans.

These activities help identify potential compliance problems and ensure that they are dealt with efficiently and appropriately.

- **On-site examination of a financial institution**

We examined the disclosure documentation that an institution provided to its consumers, as well as the internal policies and procedures it had developed to meet its statutory obligations and govern interactions with clients.

- **Formal Compliance Agreements between financial institutions and FCAC**

We entered into Compliance Agreements with two financial institutions. The agreements required the institutions to address the compliance issues identified by the Compliance and Enforcement Branch, and to inform their customers about any disclosure deficiencies that might have existed.



### *Improving the compliance process*

During 2007–08, FCAC continued to refine our compliance process by improving our complaint screening and case management tools. The changes help us better identify the compliance cases that will have the greatest impact on consumers and the marketplace. They also ensure that we deal quickly and appropriately with all the complaints we receive.

FCAC is moving steadily toward a more risk-based approach to compliance and enforcement. As part of this shift, in 2007–08 we began to plan a comprehensive review of our compliance framework. When completed, this review will ensure the following:

- Our compliance activities will be responsive to consumers' complaints about their financial institutions, and to changing market practices and conditions.
- They will focus on systemic issues that have a significant impact on the marketplace and consumers.
- They will foster behavioural changes within federally regulated financial institutions to enhance adherence to the consumer provisions, voluntary industry codes and public commitments.
- They will incorporate an appropriate level of consultation with industry, consumers and other stakeholders.
- They will provide reliable, timely information that supports the government's policy of maintaining an effective, consumer-related compliance framework for the financial sector.

# Responding to the needs of consumers



## Inquiries and complaints

FCAC handles thousands of inquiries, requests and complaints annually. In our yearly report to Parliament, we provide information about the number and types of issues that were brought

to our attention. The following charts and tables present a thorough breakdown of this information. They show the concerns that Canadians have about their financial marketplace, the parts of the country we hear from most and the issues that consumers most frequently bring to our attention.

**Table 2** shows the number of inquiries and complaints we received in the past two fiscal years. In total, we were contacted 28,569 times in 2007–08.

**Table 2: Total contacts received by FCAC, by location**

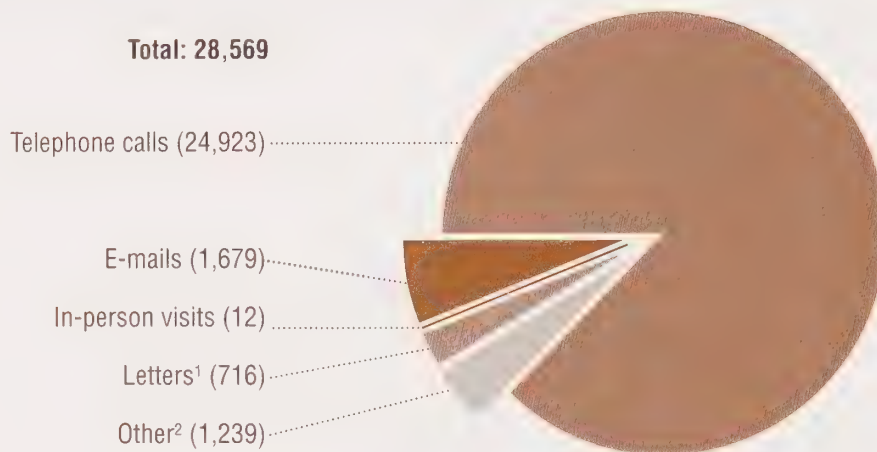
	2006–07	2007–08
Alberta	3,274	3,094
British Columbia	3,834	3,494
Manitoba	1,283	1,119
New Brunswick	1,159	797
Newfoundland and Labrador	583	437
Nova Scotia	1,063	626
Nunavut	46	26
Northwest Territories	47	41
Ontario	10,087	9,303
Prince Edward Island	143	104
Quebec	11,016	7,579
Saskatchewan	851	917
Yukon	15	26
USA	101	134
International, other than USA	39	90
Unknown <sup>1</sup>	1,749	782
<b>Total</b>	<b>35,290</b>	<b>28,569</b>

<sup>1</sup> The location was not indicated by the person contacting FCAC.



**Chart 3** shows how consumer inquiries and complaints reached FCAC, in the past fiscal year. Close to 25,000 consumer contacts were by telephone, accounting for 87 percent of the total.

**Chart 3: Total contacts received by FCAC, by source**

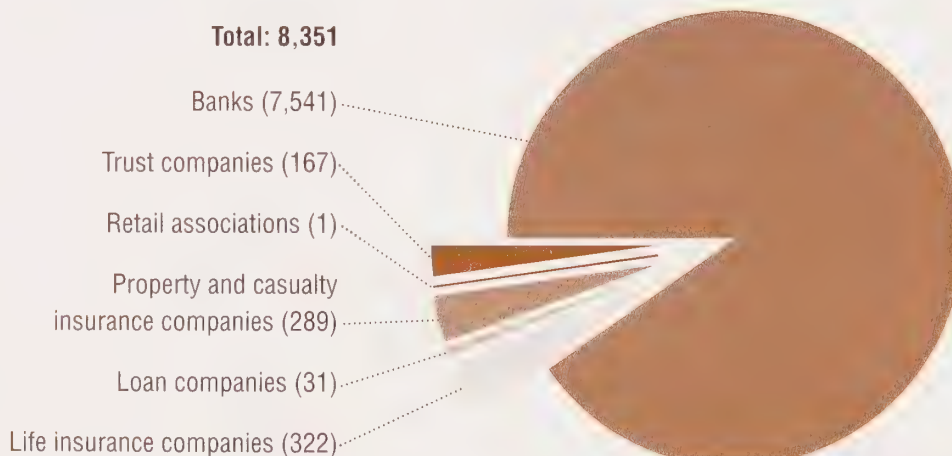


<sup>1</sup> Includes letters, faxes and telephone calls that required a written response.

<sup>2</sup> Includes cases initiated by FCAC and self-reported complaints from financial institutions.

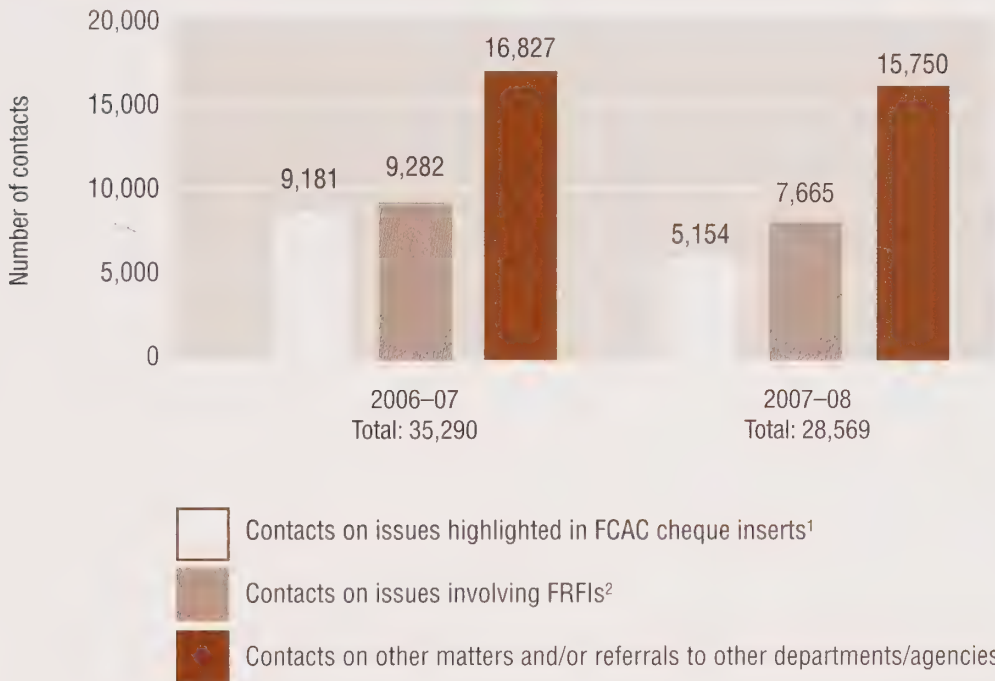
**Chart 4** gives a breakdown of inquiries about federally regulated financial institutions. Banks were the subject of 90 percent of these inquiries during the year.

**Chart 4: Total contacts received by FCAC about federally regulated financial institutions**



**Chart 5** gives a breakdown of the inquiries and complaints we received, organized according to three general subject areas.

**Chart 5: Contacts received by FCAC, by subject matter**



<sup>1</sup> FCAC's cheque insert campaigns have centred largely on consumers' rights when dealing with banks. This category may include contacts related to federally regulated financial institutions (FRFIs).

<sup>2</sup> Excludes consumers who called because of cheque inserts.

**Table 3** shows the topics of the inquiries and complaints that we received during the year, excluding compliance issues. The top three areas of concern to consumers who contacted us were credit bureaus, Registered Education Savings Plans and cheques.

**Table 3: Inquiries and complaints received excluding compliance matters, by category<sup>1</sup>**

Accounts	Inquiries	Complaints	Total
ABMs	12	36	48
Access to funds	65	62	127
Account agreements	10	13	23
Account fees	44	55	99
Account information	107	25	132
Bill payments (in-branch)	0	3	3
Cheques	410	227	637
Closed	34	73	107
Collection	8	10	18
Debit cards	31	39	70
Direct deposits	227	9	236
Drafts and money orders	16	28	44
Fraud	7	21	28
Interest rates	3	9	12
Internet banking	3	6	9
Opening	412	76	488
Overdraft	6	16	22
Point-of-sale purchases	19	11	30
Pre-authorized debits	10	27	37
Privacy issues	22	30	52
Quality of service	5	15	20
Record retention	10	1	11
Requests for statistics or data	1	0	1
Right of offset	52	57	109
Statements	10	11	21
Telephone banking	1	2	3
Tied selling	3	0	3
Transfers	28	43	71
Other	410	34	444
<b>Subtotal</b>	<b>1,966</b>	<b>939</b>	<b>2,905</b>
<b>Credit</b>			
Collection	73	256	329
Credit bureaus	999	117	1,116
Credit counselling	224	3	227
<b>Subtotal</b>	<b>1,296</b>	<b>376</b>	<b>1,672</b>



Table 3: Inquiries and complaints received excluding compliance matters, by category<sup>1</sup> (continued)

Credit Cards	Inquiries	Complaints	Total
Account information	55	16	71
Activation	11	0	11
Applications	89	38	127
Bill payments	105	160	265
Cancellations	58	29	87
Cardholder agreements	7	11	18
Collection	11	68	79
Complaint-handling procedures	1	3	4
Convenience cheques	3	4	7
Debt management	17	8	25
Deposits (secured only)	1	2	3
Fees	33	41	74
Fraud	21	41	62
Insurance	22	22	44
Interest rates	54	59	113
Internet banking	4	3	7
Issuers	196	4	200
Lost or stolen	4	0	4
Point-of-sale purchases	21	8	29
Pre-authorized payments	5	19	24
Privacy issues	4	4	8
Quality of service	1	27	28
Regulatory information	17	0	17
Requests for statistics or data	5	0	5
Reward plans	4	13	17
Solicitation	20	33	53
Telephone banking	0	2	2
Tied selling	0	0	0
Transfer of balances	7	10	17
Other	27	12	39
<b>Subtotal</b>	<b>803</b>	<b>637</b>	<b>1,440</b>

**Table 3: Inquiries and complaints received excluding compliance matters, by category<sup>1</sup> (continued)**

<b>Financial Institutions</b>	<b>Inquiries</b>	<b>Complaints</b>	<b>Total</b>
Bills and coins	14	11	25
Branches	4	2	6
Branch closures	94	17	111
Complaint-handling procedures	75	28	103
Contact information	958	3	961
Estate matters	39	41	80
Exchange rates	21	15	36
Legitimacy	464	0	464
Maximum interest rate	30	2	32
Pre-paid cards	34	15	49
Quality of service	42	196	238
Regulatory information	222	7	229
Safety deposit boxes	5	6	11
Other	34	6	40
<b>Subtotal</b>	<b>2,036</b>	<b>349</b>	<b>2,385</b>
<b>General Inquiries</b>			
FCAC	419	21	440
Fraud/identity theft	96	16	112
Publications <sup>2</sup>	1,129	3	1,132
Referrals to other departments or organizations	9,649	917	10,566
Refusals to change large bills	1	1	2
Regulatory	107	1	108
Small/medium-sized enterprises	59	2	61
Other	1,501	54	1,555
<b>Subtotal</b>	<b>12,961</b>	<b>1,015</b>	<b>13,976</b>
<b>Insurance</b>			
Car	164	117	281
Home	100	68	168
Life and health	105	87	192
Lines of credit	0	1	1
Loan	1	3	4
Mortgage	4	2	6
Small/medium-sized enterprises	2	3	5
Travel	7	5	12
Not specified	24	19	43
<b>Subtotal</b>	<b>407</b>	<b>305</b>	<b>712</b>

Table 3: Inquiries and complaints received excluding compliance matters, by category<sup>1</sup> (continued)

<b>Investments</b>	<b>Inquiries</b>	<b>Complaints</b>	<b>Total</b>
Canada Savings Bonds	253	3	256
Guaranteed investment certificates	34	57	91
Life Income Funds	4	3	7
Mutual funds	16	42	58
Pensions	122	19	141
Registered Education Savings Plans	1,059	46	1,105
Registered Retirement Income Funds	13	13	26
Registered Retirement Savings Plans	93	72	165
Stocks	26	37	63
Not specified	55	55	110
<b>Subtotal</b>	<b>1,675</b>	<b>347</b>	<b>2,022</b>
<b>Loans</b>			
Car	84	40	124
Leases	0	0	0
Lines of credit	28	49	77
Mortgages	204	213	417
Payday loans	30	50	80
Personal loans	59	99	158
Student loans	90	14	104
Not specified	82	97	179
<b>Subtotal</b>	<b>577</b>	<b>562</b>	<b>1,139</b>
<b>Grand total</b>	<b>21,721</b>	<b>4,530</b>	<b>26,251</b>

<sup>1</sup> Also excluded are media contacts and outreach contacts.<sup>2</sup> These contacts represent requests or inquiries strictly about publications. Not included is any case in which the consumer also had questions on another topic.



## Compliance issues

**Table 4** shows the number and types of compliance inquiries and complaints we received during the last two fiscal years. In the past year the total number of compliance contacts was almost unchanged from 2006–07.

**Table 4: Total compliance contacts received, by category<sup>1</sup>**

Codes of conduct and public commitments	2006–07 <sup>2</sup>	2007–08
Complaints	124	108
Inquiries	1	3
Self-reported complaints <sup>3</sup>	16	14
Media inquiries	0	0
<b>Consumer provisions</b>		
Complaints	270	225
Inquiries	6	11
Self-reported complaints	1,055	1,098
Media inquiries	0	0
<b>Filings</b>	124	120
<b>Total</b>	<b>1,596</b>	<b>1,579</b>

<sup>1</sup> For definitions of terms, see Appendix A (Glossary).

<sup>2</sup> The 2006–07 figures have been restated since the publication of the 2006–07 Annual Report to more accurately reflect the year's activities.

<sup>3</sup> To date, the Commissioner has not exercised the right to require financial institutions to self-report complaints related to codes of conduct or public commitments. Instead, the Commissioner has agreed that a financial institution can either self-report or improve public awareness of its codes and commitments.

**Table 5** is an overview of FCAC's compliance caseload by type of compliance issue. During 2007–08 we opened 1,565 cases. We closed 1,493 cases by the year's end.

**Table 5: Compliance matters relating to consumer provisions, codes of conduct, public commitments and required filings<sup>1</sup>**

Consumer provisions	Cases pending at end of 2006–07	Cases opened during 2007–08	Cases closed during 2007–08	Cases pending at end of 2007–08
<b>Accounts</b>				
Disclosure of charges for account maintenance	2	2	3	1
Disclosure of charges for services to customers	8	47	43	12
Disclosure of charges when account is opened	13	44	49	8
Disclosure of interest rates on accounts and method of calculation	6	15	10	11
General	1	13	9	5

Table 5: Compliance matters relating to consumer provisions, codes of conduct, public commitments and required filings<sup>1</sup> (continued)

Consumer provisions	Cases pending at end of 2006–07	Cases opened during 2007–08	Cases closed during 2007–08	Cases pending at end of 2007–08
<b>Accounts</b>				
Provision of account agreements and complaint procedures	6	13	7	12
Provision of advance notice for new and/or increased charges	20	74	88	6
Provision of advance notice for new and/or increased charges to second account	1	3	3	1
Provision of written notice of refusal	2	2	2	2
Refusal to open because of bankruptcy	0	4	4	0
Refusal to open because of credit history	5	7	9	3
Refusal to open because of lack of proper identification	11	17	26	2
Refusal to open—General	23	57	72	8
<b>Branch closures</b>				
General	2	1	3	0
Provision of required notice	3	6	5	4
Requests for public meetings	3	5	8	0
Requests to vary notification requirements	0	2	2	0
<b>Coercive tied selling</b>				
Displaying and making available notice relating to the prohibition on coercive tied selling	1	1	0	2
Displaying and making available the prohibition on coercive tied selling on the institution's Web site	0	2	2	0
General	7	24	19	12
<b>Complaint procedures</b>				
Designation of committee to monitor procedures	1	0	1	0
Displaying and making available complaint-handling procedures	0	6	6	0
Establishment of complaint-handling procedures	4	0	3	1
Failure to meet filing requirements	0	2	1	1
Requirement for FRFI <sup>2</sup> other than a bank to be a member of a third-party dispute resolution organization	4	2	3	3
<b>Compliance of affiliate</b>	0	1	0	1
<b>Cost of borrowing—General</b>	0	2	2	0
<b>Credit cards</b>				
Disclosure in plain language	1	1	1	1
Disclosure of changes to non-interest charges	2	14	10	6

Table 5: Compliance matters relating to consumer provisions, codes of conduct, public commitments and required filings<sup>1</sup> (continued)

Consumer provisions	Cases pending at end of 2006–07	Cases opened during 2007–08	Cases closed during 2007–08	Cases pending at end of 2007–08
<b>Credit cards</b>				
Disclosure of changes to the cost of borrowing or credit agreement	24	69	68	25
Disclosure of cost of borrowing expressed as a rate per annum	3	32	20	15
Disclosure of cost of borrowing when issued	23	60	51	32
Disclosure of non-interest charges when issued	11	50	47	14
Disclosure of required information in advertisements	1	13	1	13
Disclosure of required information in application forms	4	21	10	15
Disclosure of required information in monthly statements	5	4	4	5
Disclosure relating to optional services	5	30	26	9
General	7	21	19	9
Provision of monthly statements	65	168	197	36
Statements—General	3	4	5	2
<b>Disclosure of charges for services</b>	25	13	34	4
<b>Disclosure of cheque holding policy</b>	7	32	35	4
<b>Disclosure of interest rates in advertisements</b>	2	0	2	0
<b>Disclosure of interest rates—General</b>	5	30	23	12
<b>Examination—Institution-specific</b>	2	1	2	1
<b>Government of Canada cheques</b>				
Fee charged for cashing	5	3	4	4
Refusal to cash	6	7	11	2
<b>Index-linked deposits—Disclosure of required information</b>	0	18	11	7
<b>Lines of credit</b>				
Disclosure of changes to non-interest charges	0	3	2	1
Disclosure of changes to the cost of borrowing or credit agreement	7	32	26	13
Disclosure of cost of borrowing expressed as a rate per annum	2	6	4	4
Disclosure of cost of borrowing when issued	5	21	17	9
Disclosure of non-interest charges when issued	0	11	10	1
Disclosure of required information in advertisements	1	1	1	1
Disclosure relating to optional services	1	9	6	4
General	2	9	8	3
Provision of monthly statements	8	26	29	5



Table 5: Compliance matters relating to consumer provisions, codes of conduct, public commitments and required filings<sup>1</sup> (continued)

Consumer provisions	Cases pending at end of 2006–07	Cases opened during 2007–08	Cases closed during 2007–08	Cases pending at end of 2007–08
<b>Loans</b>				
Disclosure of changes to the cost of borrowing or credit agreement	7	7	8	6
Disclosure of cost of borrowing expressed as a rate per annum	0	3	0	3
Disclosure of cost of borrowing when issued	11	18	15	14
Disclosure of non-interest charges when issued	0	1	1	0
Disclosure of required information following a missed payment	1	1	1	1
Disclosure of required information in advertisements	1	0	1	0
Disclosure relating to optional services	0	1	0	1
General	6	21	6	21
Provision of annual statements	10	16	6	20
Statements—General	0	1	0	1
<b>Mortgages</b>				
Disclosure in plain language	0	1	0	1
Disclosure of changes to non-interest charges	0	1	0	1
Disclosure of non-interest charges when issued	5	18	17	6
Disclosure of changes to the cost of borrowing or credit agreement	10	32	30	12
Disclosure of cost of borrowing when issued	14	35	28	21
Disclosure of cost of borrowing expressed as a rate per annum	2	8	4	6
Disclosure of information relating to loan repayments, rebates or charges	18	33	36	15
Disclosure of required information following a missed payment	0	1	1	0
Disclosure of required information in advertisements	1	1	0	2
Disclosure relating to optional services	2	13	9	6
General	3	9	9	3
Provision of annual statements	1	4	5	0
Renewal—General	1	6	5	2
Requirement to provide 21 days' notice before mortgage renewal date	3	19	15	7
<b>Public Accountability Statements</b>				
Failure to meet filing requirements	10	12	20	2
<b>Subtotal</b>	<b>461</b>	<b>1,323</b>	<b>1,281</b>	<b>503</b>

Table 5: Compliance matters relating to consumer provisions, codes of conduct, public commitments and required filings<sup>1</sup> (continued)

<b>Codes of conduct and public commitments</b>	<b>Cases pending at end of 2006–07</b>	<b>Cases opened during 2007–08</b>	<b>Cases closed during 2007–08</b>	<b>Cases pending at end of 2007–08</b>
<b>Codes of conduct</b>				
Authorized insurance activities	11	16	18	9
Debit card code	27	48	42	33
Small Business Banking Code of Conduct	2	5	5	2
<b>Public commitments</b>				
Agreement to offer low-cost accounts	0	1	0	1
Accessibility of complaint procedures	1	1	1	1
Commitment to reduce cheque hold periods	0	6	5	1
Credit cards—General	0	0	0	0
Credit cards—Visa E-Promise	0	2	0	2
Credit cards—Zero liability	11	24	20	15
Guidelines for the Transfer of Registered Plans	3	17	10	10
Undertaking on unsolicited services	2	2	3	1
<b>Subtotal</b>	<b>57</b>	<b>122</b>	<b>104</b>	<b>75</b>
<b>Filings</b>				
	<b>Filings pending at end of 2006–07</b>	<b>Filings received during 2007–08</b>	<b>Filings closed during 2007–08</b>	<b>Filings pending at end of 2007–08</b>
<b>Branch closures</b>				
Provision of closure notice	1	38	39	0
Provision of closure notice—Less than 500 metres <sup>3</sup>	1	27	27	1
Provision of notice for in-store, agency or satellite branches <sup>3</sup>	0	1	1	0
Provision of notice for temporary closure <sup>3</sup>	0	14	9	5
<b>Provision of complaint-handling procedures by new institutions</b>	<b>1</b>	<b>23</b>	<b>10</b>	<b>14</b>
<b>Public Accountability Statements</b>	<b>5</b>	<b>15</b>	<b>19</b>	<b>1</b>
<b>Revised complaint-handling procedures</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>0</b>
<b>Subtotal</b>	<b>9</b>	<b>120</b>	<b>108</b>	<b>21</b>
<b>Grand total 2007–08</b>	<b>527</b>	<b>1,565</b>	<b>1,493</b>	<b>599</b>

<sup>1</sup> In some areas, reclassification has required a restatement of the 2006–07 data. FCAC may reclassify a case in which further investigation reveals that the complaint or inquiry relates to an issue different from that originally identified.

<sup>2</sup> FRFI: federally regulated financial institution.

<sup>3</sup> No filing is required if a branch relocates to a site within 500 metres of its previous place of business. These filings are not required by legislation but were submitted by the financial institutions concerned to keep the Commissioner informed.

**Table 6** presents the outcome of the 13 compliance cases closed in 2007–08 on which FCAC took action.

**Table 6: Compliance cases closed where action was taken**

Consumer provisions	Number of cases closed with violations	Number of violations identified	Commissioner's decisions	Administrative Monetary Penalty <sup>1</sup>
<b>Accounts</b>				
Failure to open because of credit history	1	2	1 Notice of Decision <sup>2</sup>	\$6,000
Failure to open because of lack of proper identification	2	4	(included in above decision)	(included in above penalty)
<b>Credit cards</b>				
Failure to disclose changes to the cost of borrowing	1	1	1 Notice of Violation	\$25,000
Failure to disclose cost of borrowing when card issued	1	1	1 Notice of Decision	\$25,000
Failure to disclose fees when card issued	2	2	2 Notices of Decision	\$10,000
Failure to provide monthly statements	1	1	1 Notice of Violation	\$5,000
Failure to disclose the required information on monthly statements	1	3	1 Notice of Violation	\$25,000
<b>Government of Canada cheques</b>				
Fee charged to cash	2	2	1 Notice of Decision <sup>3</sup>	\$0
Refusal to cash	1	1	1 Notice of Decision	\$1,000
<b>Lines of credit</b>				
Failure to disclose cost of borrowing when line of credit issued	1	1	1 Notice of Decision	\$0
<b>Total</b>	<b>13</b>	<b>18</b>		<b>\$97,000</b>

<sup>1</sup> Because they use accrual accounting, FCAC Financial Statements report the total Administrative Monetary Penalties (AMPs) issued during the fiscal year. Table 6, however, reports the total AMPs according to when they were actually paid. Not all AMPs were paid in the same fiscal year they were issued. This accounts for the variance between the total AMPs reported in the Financial Statements (\$76,000) and the total AMPs reported in Table 6 (\$97,000).

<sup>2</sup> One Notice of Decision was issued for the three cases concerning failure to open.

<sup>3</sup> One Notice of Decision was issued for the two cases concerning fee charged to cash.



**Table 7** shows the number of cases closed during the year that were related to consumer provisions.

**Table 7: Cases closed relating to the consumer provisions, by type of disposition<sup>1</sup>**

## Consumer provisions

### Accounts

- Disclosure of charges for account maintenance
- Disclosure of charges for services to customers
- Disclosure of charges when account is opened
- Disclosure of interest rates on accounts and method of calculation
- General
  - Provision of account agreements and complaint procedures
  - Provision of advance notice for new and/or increased charges
  - Provision of advance notice for new and/or increased charges to second account
  - Provision of written notice of refusal
  - Refusal to open because of bankruptcy
  - Refusal to open because of credit history
  - Refusal to open because of lack of proper identification
  - Refusal to open—General

### Branch closures

- General
  - Provision of required notice
  - Requests for public meetings
  - Request to vary notification requirements

### Coercive tied selling

- Displaying and making available the prohibition on coercive tied selling on the institution's Web site
- General

### Complaint procedures

- Designation of committee to monitor procedures
- Displaying and making available complaint-handling procedures
- Establishment of complaint-handling procedures
- Failure to meet filing requirements
- Requirement for FRFI<sup>4</sup> other than a bank to be a member of a third-party dispute resolution organization

	Addressed at industry level	Addressed in Compliance Agreement <sup>2</sup>	Addressed in previous compliance report	Non-substantive	Non-violation	Not a compliance matter <sup>3</sup>	Other	Violation(s)	Withdrawn	Not granted	Granted	Examination complete	Total
		3											3
2	1	2	29	8				1					43
3		1	43	2									49
3		1	5	1									10
1			4	4									9
		2	4					1					7
		9	77	2									88
		1	2										3
		1	1										2
			1					3					4
		1	4					1	3				9
			22					2	2				26
			62	8				2					72
			2	1									3
		2	3										5
								3	5				8
										2			2
			2										2
			19										19
	1												1
			6										6
			3										3
1													1
			3										3

Table 7: Cases closed relating to the consumer provisions, by type of disposition<sup>1</sup> (continued)

<b>Consumer provisions</b>
<b>Cost of borrowing—General</b>
<b>Credit cards</b>
Disclosure in plain language
Disclosure of changes to non-interest charges
Disclosure of changes to the cost of borrowing or credit agreement
Disclosure of the cost of borrowing expressed as a rate per annum
Disclosure of cost of borrowing when issued
Disclosure of non-interest charges when issued
Disclosure of required information in advertisements
Disclosure of required information in application forms
Disclosure of required information in monthly statements
Disclosure relating to optional services
General
Provision of monthly statements
Statements—General
<b>Disclosure of charges for services</b>
<b>Disclosure of cheque holding policy</b>
<b>Disclosure of interest rates in advertisements</b>
<b>Disclosure of interest rates—General</b>
<b>Examination—Institution-specific</b>
<b>Government of Canada cheques</b>
Fee charged for cashing
Refusal to cash
<b>Index-linked deposits—Disclosure of required information</b>
<b>Lines of credit</b>
Disclosure of changes to non-interest charges
Disclosure of changes to the cost of borrowing or credit agreement
Disclosure of the cost of borrowing expressed as a rate per annum
Disclosure of cost of borrowing when issued
Disclosure of non-interest charges when issued
Disclosure relating to optional services
Disclosure of required information in advertisements
General
Provision of monthly statements



	Addressed at industry level	Addressed in Compliance Agreement <sup>2</sup>	Addressed in previous compliance report	Non-substantive	Non-violation	Not a compliance matter <sup>3</sup>	Other	Violation(s)	Withdrawn	Not granted	Granted	Examination complete	Total
1								1					2
				1									1
			9	1									10
1	5	4	55	1				1	1				68
		2	15	2					1				20
4			39	5	1			1	1				51
	5		38	1				2	1				47
						1							1
			10										10
			3					1					4
1			23	2									26
2		3	7	6					1				19
57		36	99	1	2			1	1				197
			5										5
20		1	10	3									34
		1	30	4									35
1			1										2
2			19	2									23
											2		2
			1					2	1				4
		2	6					1	2				11
		2	9										11
			2										2
1		8	16	1									26
		1	2	1									4
3		1	11	1				1					17
		2	8										10
			6										6
1													1
			7						1				8
11	1	5	11	1									29



	Addressed at industry level			Addressed in Compliance Agreement <sup>2</sup>		Addressed in previous compliance report		Non-substantive		Non-violation		Not a compliance matter <sup>3</sup>		Other		Violation(s)		Withdrawn		Not granted		Granted		Examination complete		Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	
				1	6							1													8	
1	1			3	8	1						1													15	
					1																				1	
					1																				1	
				1																					1	
				1		2				2						1									6	
1	2	2			1																				6	
				1	13	2										1									17	
3	1			8	17	1																			30	
				3	25																				28	
					3	1																			4	
3	1			4	26	1										1									36	
					1																				1	
					8	1																			9	
					5	4																			9	
				1	3	1																			5	
	1				4																				5	
1					13											1									15	
18				2																					20	
142	8	13	116	870	72	8	13	30	5	2	2	1,281														



**Table 8** shows how FCAC dealt with cases related to codes of conduct and public commitments in 2007–08. We closed 104 cases during the year. These dealt mostly with the debit card code and credit cards.

**Table 8: Compliance cases closed relating to codes of conduct and public commitments,<sup>1</sup> by type of disposition**

	Compliance	Non-compliance	Withdrawn	Not a compliance matter <sup>2</sup>	Non-substantive	Total cases
<b>Codes of conduct</b>						
Authorized insurance activities	8	4	2	3	1	18
Debit card code	26	7	4	4	1	42
Small Business Banking Code of Conduct	4	0	0	1	0	5
<b>Public commitments</b>						
Accessibility of complaint procedures	0	0	0	0	1	1
Commitment to reduce cheque hold periods	3	0	2	0	0	5
Credit cards—Zero liability	13	2	1	4	0	20
Guidelines for the Transfer of Registered Plans	4	1	3	0	2	10
Undertaking on Unsolicited Services	2	0	0	0	1	3
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>14</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>6</b>	<b>104</b>

<sup>1</sup> For a definition of these terms, see Appendix A (Glossary) and Appendix C (Major codes of conduct and public commitments monitored by FCAC).

<sup>2</sup> After further review, it was decided that the case was not a compliance matter.

**Table 9** shows how we managed complaints about branch closures during the past two years.

**Table 9: Matters related to branch closures**

	2006-07	2007-08
<b>Closure notices filed by financial institutions<sup>1</sup></b>	101	80
<b>Complaints received related to branch closures<sup>2</sup></b>	40	17
<b>Requests to change the branch closure notice requirements</b>		
Received	0	2
Pending	0	0
Granted	1	2
Not granted	0	0
<b>Requests for public meetings on branch closures<sup>3</sup></b>		
Received	7	5
Pending	3	0
Withdrawn	3	3
<b>Number of branches closing for which meeting requests were received, and meetings were required or not required</b>		
Branches for which meeting requests were received	8	5
Branches for which meetings were required by the Commissioner	0	0
Branches for which meetings were not required by the Commissioner <sup>4</sup>	2	5

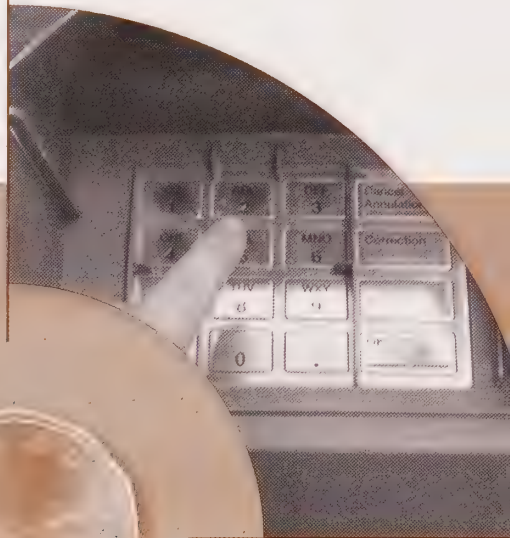
<sup>1</sup> This is the total number of branch closure filings, including filings for facilities not falling under the regulatory definition of a branch, as well as requests to vary the required notice.

<sup>2</sup> These are complaints related to branch closures. The individuals did not request a meeting.

<sup>3</sup> Some were multiple requests pertaining to the same branch.

<sup>4</sup> Institutions will often voluntarily hold a public meeting without a formal requirement from the Commissioner.

# FCAC's operations





# Operational roles and responsibilities

## Executive Branch

The Executive Branch, which includes the Commissioner and the Deputy Commissioner, is responsible for the following:

- managing FCAC's operations, including all aspects of its programs, finances, administration and human resources;
- supervising approximately 425 federally regulated financial institutions to determine whether they are complying with applicable consumer protection legislation, and with their own voluntary codes of conduct and public commitments; and
- providing national education initiatives to identify and meet consumers' needs for financial knowledge.

The Commissioner of the Financial Consumer Agency of Canada is appointed for a period of up to five years. The current Commissioner, Ursula Menke, was appointed on December 3, 2007.

The Commissioner reports to Parliament annually through the Minister of Finance, and to the Minister of Finance regularly, about the Agency's activities and findings.

FCAC's Commissioner is an ex officio member of the Board of Directors of the Canada Deposit Insurance Corporation (CDIC). The Commissioner is also a member of the Financial Institutions Supervisory Committee, chaired by the Superintendent of Financial Institutions, as well as the Senior Advisory

Committee, chaired by the Deputy Minister of Finance. In this latter capacity, the Commissioner, working with the Deputy Commissioner and other FCAC staff, adds his or her insights and consumer expertise to the policy advice provided by the committee to the Minister of Finance on key financial issues.

The Executive Branch also includes Legal Services, which consists of a senior counsel from the Department of Justice Canada who is part of our management team and advises on all aspects of FCAC's mandate and operations.

## Consumer Education and Public Affairs Branch

The *Financial Consumer Agency of Canada Act* mandates FCAC to promote consumer awareness about the obligations of financial institutions under the applicable consumer provisions, and to foster an understanding of financial services and related issues. To fulfill this requirement, the Agency's Consumer Education and Public Affairs Branch is responsible for:

- producing information materials to enhance consumers' knowledge of financial institutions' legal obligations, and of financial products and services;
- carrying out research and surveys;
- disseminating information via the media, the FCAC Web site and stakeholders;
- reaching out to community groups, associations and other stakeholders;
- handling correspondence with consumers; and
- supporting the needs of FCAC's call centre (operated by CDIC).

## Compliance and Enforcement Branch

FCAC's Compliance and Enforcement Branch monitors financial institutions to ensure they comply with the consumer provisions of the *Bank Act*, the *Trust and Loan Companies Act*, the *Insurance Companies Act*, and the *Cooperative Credit Associations Act*.

The consumer provisions are listed in Appendix B. Generally, they deal with:

- opening retail deposit accounts;
- cashing federal government cheques;
- coercive tied selling;
- disclosing information about account charges and interest;
- disclosing the cost of borrowing;
- disclosing cheque holding policies;
- providing information to consumers about FCAC when they have a complaint about a product or service;
- producing Public Accountability Statements;
- establishing procedures for dealing with complaints; and
- closing retail branches.

The Branch also monitors and reports on compliance with voluntary codes of conduct and public commitments adopted by federally regulated financial institutions either directly or through an industry association. The codes cover topics such as debit cards and credit relations with small businesses.

In addition, the Branch is responsible for:

- investigating complaints and dealing with compliance issues related to the consumer provisions in any of the legislation within FCAC's jurisdiction;

- managing the Agency's compliance framework and ensuring that federally regulated financial institutions conform to it;
- monitoring the Agency's tracking systems to identify compliance trends;
- encouraging financial institutions to develop policies and procedures for implementing the consumer provisions that apply to them; and
- promoting a culture of compliance within federally regulated financial institutions.

Among the Branch's tools for monitoring compliance are consumer surveys, analyses of complaints and inquiries, annual and special examinations of federally regulated financial institutions, studies by third parties, and market-based analyses (mystery shopping).

FCAC meets regularly with financial institutions. Some of the meetings take place quarterly to share information on topics of common interest, such as monitoring activities, industry-wide compliance matters, and the Commissioner's position on compliance with legislation, regulations, voluntary codes and public commitments. The Agency's goal is to protect the interests of Canadian consumers of financial products and services, and to promote regulatory compliance. To achieve this, FCAC requires cooperation from financial institutions.

## Administrative Services

The main responsibilities of FCAC's Administrative Services are to manage finances, human resources, access to information and privacy issues, facilities, records, informatics, security, occupational health and safety, mail and courier services, and the distribution of publications.

We contract with the Office of the Superintendent of Financial Institutions for human resources, internal audit services, financial services and resource/library services.

## Best practices in management

FCAC is committed to effective programs that reflect the Agency's Results-based Management and Accountability Framework (RMAF). When and where required, we implement and update our action plan for improving our management processes. This year, we concentrated on the following categories.

### Integrated performance information

The RMAF remains the cornerstone of our performance evaluation strategy. The RMAF includes:

- a logic model describing the FCAC program in terms of its planned activities, related outputs and intended outcomes;
- an evaluation strategy that presents the evaluation issues, questions and data; and
- a reporting strategy.

The performance indicators and methodology for FCAC's evaluation strategy and plans draw on data from our extensive and ongoing performance measurement. Our Web-based Integrated Case Management System captures information related to our consumer contacts. We continuously enhance our data capturing and tracking systems to ensure that the information required by the RMAF is effectively collected and used.

FCAC's annual *Program and Performance Management Evaluation Report* (available on our Web site) consolidates FCAC's achievements and results for each fiscal year. The report also compares actual results with the year's performance targets and commitments, which are an integral part of FCAC's business plan.

To monitor our operations, we produce statistical and managerial reports on a regular basis. We also produce quarterly scorecards for specific data and performance indicators, in accordance with the business plan.

Following the "mystery calling" exercise carried out in 2006–07 to evaluate the performance of customer service agents at the Consumer Contact Centre, we developed training materials for the agents and delivered these during 2007–08. We also continued to review our operations—particularly those of the Centre and the Correspondence Unit—to ensure that we were meeting our service commitments to consumers.

## Human resources

During 2007–08, we reviewed our human resources plan. We evaluated a wide range of elements, including critical positions, expected retirements, new positions required under the business plan, essential skills, training requirements and development opportunities. Following the review, we completed the FCAC staffing plan for 2008–09.

In 2007–08, we again surveyed our employees to gain their perspectives on various organizational issues and gauge their level of satisfaction in relation to these issues.



## Integrated risk management

We developed and/or updated follow-up reports that are used to monitor our implementation of key risk-mitigation activities. The reports are presented to the Audit Committee at least once a year. Our 2007–09 business plan takes into account some of our major risks, along with the strategies we use to reduce them.

In other stewardship areas, we improved our capacity for reporting on FCAC programs so that senior management will continue to have the information needed to make informed decisions.

## Rigorous stewardship

We continue to work with the Office of the Superintendent of Financial Institutions for our financial services, human resources services, library services and internal audit services. The Office of the Auditor General of Canada carries out the annual audit of our financial statements. All audits and related documentation are presented to FCAC's Audit Committee.

Following updates to our corporate risk profile and the business process risk matrix, we updated the Agency's multi-year internal audit plan. We also carried out our fourth internal audit engagement, which focused on a review of the Consumer Contact Centre.

We began our Management Accountability Framework self-assessment by developing a template for all 21 of its elements. We evaluated three of these elements in 2007–08 and expect to complete the self-assessment during 2008–09.

# FCAC's performance



## Consumer service

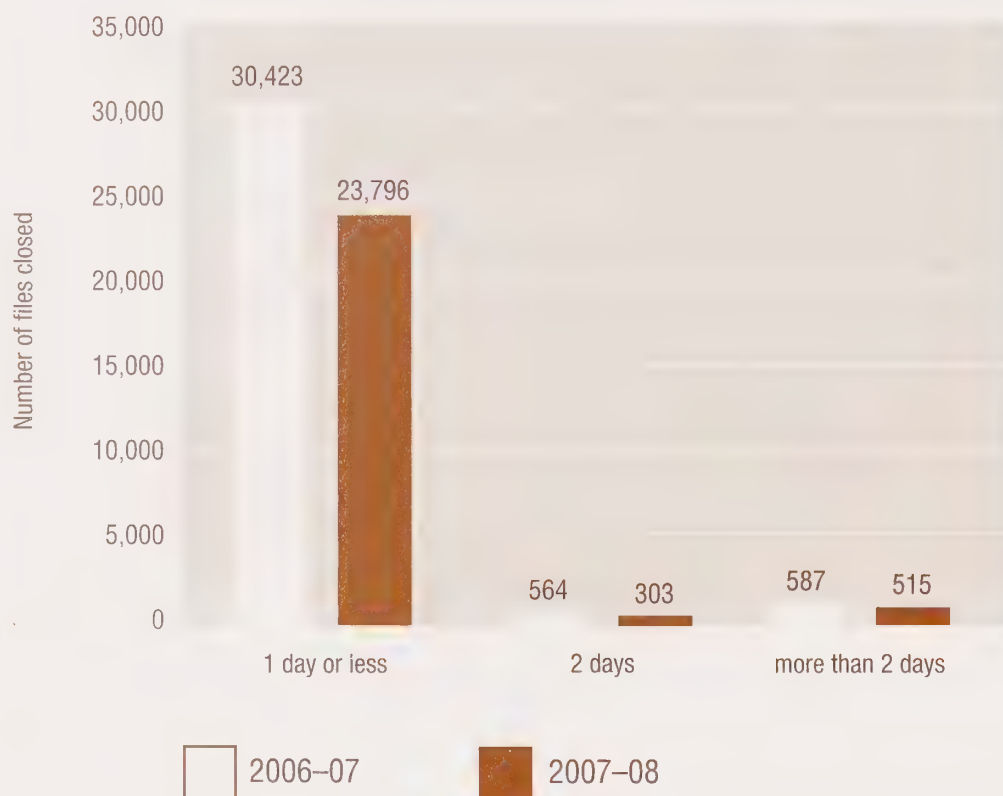
We track our performance in consumer service in three main areas: the Consumer Contact Centre, the Correspondence Unit, and the Compliance and Enforcement Branch.

## Consumer Contact Centre

The Consumer Contact Centre answers telephone inquiries from consumers on a wide range of topics related to financial services, products and issues.

**Chart 6** shows that more than 96 percent of telephone inquiries were fully addressed the same day in the past fiscal year.

**Chart 6: Time taken to close a file related to a telephone call received by the Consumer Contact Centre<sup>1</sup>**



<sup>1</sup> Excludes media, outreach and compliance contacts.



## Correspondence Unit

The Correspondence Unit handles e-mail messages and letters from consumers. For details, see **Chart 7**.

**Chart 7: Time taken to close a file generated by a communication<sup>1</sup> or in-person visit from a consumer, on matters not related to compliance**



<sup>1</sup> Includes letters, e-mails and faxes, as well as telephone calls requiring a written response. Excludes media and outreach contacts.

<sup>2</sup> In previous years, the categories for reporting on this measure were in multiples of 7 days. The change to multiples of 10 days reflects FCAC's current business plan. FCAC has verified with several sources that its service commitments and targets for response times remain within appropriate guidelines. The 2006-07 figures have been restated to reflect the change.

## Compliance and Enforcement Branch

The Compliance and Enforcement Branch processes compliance-related files as speedily and effectively as possible. As shown in **Chart 8**, in the past fiscal year we closed 44 percent of files within 30 working days. Approximately 67 percent of all cases were closed within 60 working days.

**Chart 8: Time taken to close a file related to a compliance matter<sup>1</sup>**



<sup>1</sup> Includes consumer complaints and inquiries, self-reported complaints, and filings. Excludes media contacts.

<sup>2</sup> The 2006-07 figures have been restated since the publication of the 2006-07 Annual Report to more accurately reflect the year's activities.

# Financial statements





## Financial highlights 2007–08

The Financial Consumer Agency of Canada is a federal government department that is funded mostly through industry assessments paid by federally regulated financial institutions. During 2007–08, FCAC received additional government funding related to a specific government priority. This was for the Agency “to develop, share and facilitate the dissemination, among financial education providers and other interested parties, of information and instructional materials for financial literacy education, especially for young people.”<sup>4</sup>

The Agency’s human resources costs posted an increase of \$252,000 over fiscal year 2006–07. This increase includes staff that filled the positions created in relation to the Financial Literacy initiative and information technology (IT). The increase is less than originally forecast since some internal staff were reassigned to work on the Financial Literacy initiative. With this reassignment of staff and other situations, some positions were vacant for some time due to longer-than-expected recruitment timelines.

Professional services expenses decreased by about \$118,000 from 2006–07. This was because several surveys, a quality assurance exercise and several awareness-driven initiatives undertaken during the preceding fiscal year were not repeated in 2007–08, in some cases because they are conducted at two- or three-year intervals. The decrease was partially offset by additional professional services related to the Financial Literacy initiative.

Accommodation expenses increased by approximately \$120,000 from 2006–07, partly as a result of the increased amortization related to leasehold improvements and the increased expense related to the storage and handling of FCAC’s publications. The leasehold improvements undertaken in 2007–08 were necessary to accommodate the staff of the Financial Literacy initiative.

Administrative and other expenses fell by about \$210,000 from 2006–07, mainly because of reduced printing costs. Several printing jobs related to some of FCAC’s key publications were not repeated in 2007–08.

Costs related to information management/technology were lower than in the preceding year by about \$302,000. FCAC took over the provision of IT services from Public Works and Government Services Canada to ensure an enhanced level of security and responsiveness to meet the Agency’s evolving IT needs.

It is important to note that the salary and benefit costs related to FCAC’s IT team offset the reduction in the overall cost of IT services. In addition, the overall IT costs were further offset by the expense related to IT consultants contracted to work on the Financial Literacy initiative Web portal (The Money Belt) and implementation of the Records, Document and Information Management System (RDIMS).

Interest charges decreased by approximately \$30,000 from 2006–07 as a result of the decrease in the loan payable amount outstanding during the year.

<sup>4</sup> *Financial Consumer Agency of Canada Business Plan, April 2007–March 2009*, updated March 31, 2008.

From its inception, the Agency has been guided by the management principle that it should concentrate on delivering the programs called for in its legislation. We have therefore opted to use common and/or shared services for the provision of generic corporate services when it is cost-effective to do so. Hence, FCAC's cost structure may vary from other federal organizations due to its use of common and/or shared services. The expenses related to the common and/or shared services are recorded under professional services instead of human resources costs if the services were provided by internal staff.

FCAC continues to be committed to the concept of common services agreements and has in place arrangements with the following organizations:

- the Office of the Superintendent of Financial Institutions for human resources, accounting and administration, internal audit services, and research services; and
- the Canada Deposit Insurance Corporation for a joint call centre.

These strategic partnerships give the Agency the flexibility needed to manage evolving programs as cost-effectively and efficiently as possible.

## Management's Responsibility for the Financial Statements

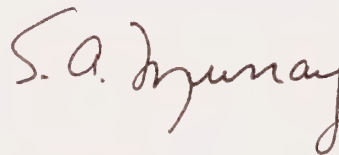
Responsibility for the integrity and objectivity of the accompanying financial statements and their consistency with all other information contained in this annual report rests with the management of the Financial Consumer Agency of Canada (FCAC).

These financial statements, which include amounts based on management's best estimates as determined through experience and judgment, have been prepared in accordance with Canadian generally accepted accounting principles for the private sector. Management has developed and maintained books of accounts, records, internal controls, management practices and information systems designed to provide reasonable assurance that the assets are safeguarded and controlled, resources are managed economically and efficiently in the attainment of corporate objectives, and transactions are in accordance with the *Financial Administration Act* and regulations as well as with FCAC policies and statutory requirements.

The Auditor General of Canada, the independent auditor for the Government of Canada, has audited the financial statements of FCAC, and reports on her audit to the Minister of Finance.



Ursula Menke  
Commissioner  
Financial Consumer Agency of Canada



Susan Murray  
Acting Deputy Commissioner  
Financial Consumer Agency of Canada

Ottawa, Canada  
May 23, 2008





Auditor General of Canada  
Vérificatrice générale du Canada

## AUDITOR'S REPORT

To the Minister of Finance

I have audited the balance sheet of the Financial Consumer Agency of Canada (Agency) as at March 31, 2008 and the statement of operations, comprehensive income and retained earnings and the statement of cash flows for the year then ended. These financial statements are the responsibility of the Agency's management. My responsibility is to express an opinion on these financial statements based on my audit.

I conducted my audit in accordance with Canadian generally accepted auditing standards. Those standards require that I plan and perform an audit to obtain reasonable assurance whether the financial statements are free of material misstatement. An audit includes examining, on a test basis, evidence supporting the amounts and disclosures in the financial statements. An audit also includes assessing the accounting principles used and significant estimates made by management, as well as evaluating the overall financial statement presentation.

In my opinion, these financial statements present fairly, in all material respects, the financial position of the Agency as at March 31, 2008 and the results of its operations and its cash flows for the year then ended in accordance with Canadian generally accepted accounting principles.

A handwritten signature in black ink, reading 'Michael A. Pickup'.

Michael A. Pickup, CA  
Principal  
for the Auditor General of Canada

Ottawa, Canada  
May 23, 2008

## Balance Sheet

As at March 31, 2008

	Note	2008	2007
<b>ASSETS</b>			
<b>Current</b>			
Cash Entitlement		\$ 923,361	\$ 1,476,015
Assessments Receivable		1,253,528	50,320
Accrued Assessments		—	128,244
Other Assets		49,944	119,042
<b>Capital Assets</b>	5	376,756	285,163
<b>TOTAL ASSETS</b>		<b>\$ 2,603,589</b>	<b>\$ 2,058,784</b>
<b>LIABILITIES</b>			
<b>Current</b>			
Accounts Payable and Accrued Liabilities		\$ 1,226,407	\$ 1,797,293
Unearned Revenue		1,050,823	—
<b>Employee Future Benefits</b>	7b	326,359	261,491
<b>Total Liabilities</b>		<b>2,603,589</b>	<b>2,058,784</b>
<b>Equity of Canada</b>		<b>—</b>	<b>—</b>
<b>TOTAL LIABILITIES AND EQUITY OF CANADA</b>		<b>\$ 2,603,589</b>	<b>\$ 2,058,784</b>

Contractual Obligations

9

Approved by:



Ursula Menke  
Commissioner  
Financial Consumer Agency of Canada

*The accompanying notes are an integral part of these Financial Statements.*

## Statement of Operations, Comprehensive Income and Retained Earnings

For the year ended March 31, 2008

	Note	2008	2007
<b>REVENUE</b>			
Assessments		\$ 6,931,811	\$ 8,025,626
Other Revenue		10	13,618
<b>Total Revenue</b>		<b>6,931,821</b>	<b>8,039,244</b>
<b>EXPENSES</b>			
Salaries and Benefits		4,394,360	4,142,349
Professional Services		1,704,497	1,822,356
Accommodation		715,424	594,860
Administrative and Other		466,123	676,507
Information Management/Technology		340,311	509,745
Interest	8	135,831	166,329
Travel		119,190	127,098
<b>Total Expenses</b>		<b>7,875,736</b>	<b>8,039,244</b>
<b>Operating Results before Government Funding and Administrative Monetary Penalties</b>			
		<b>(943,915)</b>	—
Government Funding	11	943,915	—
<b>Operating Results before Administrative Monetary Penalties</b>			
		—	—
Administrative Monetary Penalties	10	76,000	101,000
Administrative Monetary Penalties Earned on Behalf of the Government	10	(76,000)	(101,000)
<b>Net Operating Results and Comprehensive Income</b>		<b>—</b>	<b>—</b>
<b>RETAINED EARNINGS, BEGINNING OF YEAR</b>		<b>—</b>	<b>—</b>
<b>RETAINED EARNINGS, END OF YEAR</b>		<b>\$ —</b>	<b>\$ —</b>

The accompanying notes are an integral part of these Financial Statements.



## Statement of Cash Flows

For the year ended March 31, 2008

	Note	2008	2007
<b>CASH FLOWS FROM OPERATING ACTIVITIES</b>			
Cash Receipts from Financial Institutions and Other			
Government Departments		\$ 8,411,892	\$ 7,360,815
Cash Paid to Suppliers and Employees		(8,495,014)	(7,070,188)
Interest Paid	8	(135,831)	(166,304)
Non-Respendable Administrative Monetary Penalties			
Remitted to the Consolidated Revenue Fund	10	(76,000)	(101,000)
<b>Cash (Used) Provided by Operating Activities</b>		<b>(294,953)</b>	<b>23,323</b>
<b>INVESTING ACTIVITIES</b>			
Acquisition of Capital Assets	5	(257,701)	(104,510)
<b>Cash Used for Investing Activities</b>		<b>(257,701)</b>	<b>(104,510)</b>
<b>FINANCING ACTIVITIES</b>			
New Borrowings		4,000,000	5,000,000
Repayments		(4,000,000)	(5,000,000)
<b>Cash Provided by Financing Activities</b>		<b>—</b>	<b>—</b>
<b>NET DECREASE IN CASH ENTITLEMENT</b>		<b>(552,654)</b>	<b>(81,187)</b>
<b>CASH ENTITLEMENT, BEGINNING OF YEAR</b>		<b>1,476,015</b>	<b>1,557,202</b>
<b>CASH ENTITLEMENT, END OF YEAR</b>		<b>\$ 923,361</b>	<b>\$ 1,476,015</b>

The accompanying notes are an integral part of these Financial Statements.

## Notes to the Financial Statements

For the year ended March 31, 2008

### 1. Authority and objectives

On October 24, 2001, the *Financial Consumer Agency of Canada Act* (the Act) came into force, establishing the Financial Consumer Agency of Canada (FCAC, or the Agency). The Financial Consumer Agency of Canada is responsible for strengthening the oversight of consumer protection measures in the federally regulated financial sector and for expanding consumer education activities. The Agency is a department of the Government of Canada and is listed in schedule I.1 of the *Financial Administration Act*.

FCAC's mandate is specifically set out in the *Financial Consumer Agency of Canada Act* (the Act). It must:

- a) **supervise** financial institutions to determine whether they are in compliance with the consumer provisions applicable to them;
- b) **promote** the adoption by financial institutions of policies and procedures to implement consumer provisions applicable to them;
- c) **monitor** the implementation of financial institutions' publicly available voluntary codes of conduct that are designed to protect the interests of their customers, and monitor any public commitments made by financial institutions to protect the interests of their customers;
- d) **promote** consumer awareness about the obligations of financial institutions under consumer provisions applicable to them; and

- e) **foster** an understanding of financial services and issues relating to financial services, in cooperation with any department, agency or Crown corporation of the Government of Canada, or of a province, financial institution, or consumer or other organization.

Section 18(3) of the Act provides that the Agency's costs of operations are to be assessed to the industry. FCAC's operations are typically funded entirely through this process. FCAC is however entitled to receive a parliamentary appropriation as authorized under section 13(3) of the Act.

FCAC's assessment revenues are charged in accordance with the *Financial Consumer Agency of Canada Assessment of Financial Institutions Regulations*, which outline the methodology used to determine each institution's assessment.

The Agency manages its working capital requirements by borrowing funds from the Government of Canada as authorized under section 13(1) of the Act.

### 2. Change in accounting policies

#### a) Adoption of new accounting standards

On April 1, 2007, FCAC adopted the following new Canadian Institute of Chartered Accountants (CICA) Handbook sections 1530, "Comprehensive Income"; 3251, "Equity"; 3855, "Financial Instruments—Recognition and Measurement"; and 3861, "Financial Instruments—Disclosure and Presentation". These sections provide

standards for recognition, measurement, disclosure and presentation of other comprehensive income, equity, financial assets, financial liabilities, derivatives and non-financial derivatives. These standards require retrospective application without prior period restatement with any transitional adjustments being recorded in opening retained earnings, and as a result comparative financial statements have not been restated. As at April 1, 2007, no transitional adjustments had been made to the opening balance of FCAC's retained earnings arising from the adoption of these new sections. The principal changes in the accounting resulting from the adoption of these new standards are described below.

Section 3855, "Financial Instruments—Recognition and Measurement", establishes the criteria for recognition, derecognition, measurement, and classification of financial instruments. Under the new standard, all financial instruments are classified into one of the following categories: financial assets as held for trading, held-to-maturity, available-for-sale, or as loans and receivables; and financial liabilities as held for trading, or as other financial liabilities. In accordance with the transitional provisions, upon initial recognition, financial assets and financial liabilities are required to be measured at their fair value. Subsequent measurement and changes in fair value will depend on their initial classification or designation which depends on the purpose for which the financial instruments were acquired and their characteristics. Except in very limited circumstances, the classification is not changed subsequent to

initial recognition. Held-for-trading financial instruments are subsequently measured at fair value and all gains and losses are recognized in net results in the period in which they arise. Available-for-sale financial instruments are subsequently measured at fair value with revaluation gains and losses included in other comprehensive income until the instrument is derecognized or impaired at which time the amounts would be recognized in net results. Financial assets held to maturity, loans and receivables, and other liabilities are measured subsequently at amortized cost.

As a result of the adoption of these standards, FCAC has designated its Cash Entitlements as held-for-trading. Assessments Receivable are classified as loans and receivables, and accounts payable and accrued liabilities are classified as other financial liabilities. The classifications chosen did not result in any transitional adjustments under Section 3855.

Upon adoption of Section 3855, FCAC reviewed all contracts that were issued and outstanding as at March 31, 2008. No embedded derivatives that require separation were identified.

Section 1530, "Comprehensive Income", describes reporting and disclosure requirements with respect to comprehensive income and its components. Comprehensive income is composed of FCAC's net results and other comprehensive income, and requires



certain unrealized gains and losses resulting from changes in fair value of certain financial instruments, which would otherwise be recorded as part of net results, to be presented in other comprehensive income until such time that the financial instruments are derecognized. At that time, any new balance in other comprehensive income is recognized in net results.

The adoption of this section had no accounting impact on FCAC, as there have been no transactions resulting in other comprehensive income.

Section 3251, “Equity”, establishes standards for the presentation of equity and changes in equity for a reporting period as a result of the application of Section 1530, “Comprehensive Income”.

The adoption of this section had no impact on FCAC’s equity presentation since there have been no transactions resulting in other comprehensive income or changes in equity.

#### **b) Future accounting changes**

On December 1, 2006, the CICA issued three new accounting standards: Handbook Section 1535, “Capital Disclosures”; Handbook Section 3862, “Financial Instruments—Disclosures”; and Handbook Section 3863, “Financial Instruments—Presentation”. These standards are effective for FCAC’s reporting period beginning on April 1, 2008. Section 1535 specifies the disclosure of (i) an entity’s objectives, policies and processes for managing capital; (ii) quantitative data

about what the entity regards as capital; (iii) whether the entity has complied with any capital requirements; and (iv) if it has not complied, the consequences of such non-compliance. The new Handbook Sections 3862 and 3863 replace Handbook Section 3861, “Financial Instruments—Disclosure and Presentation”, revising and enhancing its disclosure requirements, and carrying forward unchanged its presentation requirements. These new sections place increased emphasis on disclosures about the nature and extent of risks arising from financial instruments and how the entity manages those risks.

FCAC is currently assessing the impacts of these standards on the financial statements.

### **3. *Summary of significant accounting policies***

#### **a) Basis of presentation**

These financial statements have been prepared in accordance with Canadian generally accepted accounting principles for the private sector.

#### **b) Revenue recognition**

The Agency is dependent on its revenue from the assessment of financial institutions to fund its costs of operations, including those related to employee future benefits. FCAC matches its revenue to its operating costs. Any assessments that have been billed and for which costs have not been incurred are classified as unearned revenue on the balance sheet.

**Assessments** are billed annually based on an estimate of the current fiscal year's costs of operations together with an adjustment for any differences between the previous year's assessed cost and actual. The assessment process is undertaken before December 31 in each year, in accordance with section 18(1) of the Act. As a result, at March 31 of each year, amounts may have been collected in advance of the incurrence of costs or, alternatively, funds may be owed to the Agency to fund its costs of operations.

**Administrative monetary penalties** may be issued by the Commissioner of the FCAC through Notices of Violations. These penalties are imposed in cases where the Commissioner believes that there has been either a violation of the consumer provisions or non-compliance with any Compliance Agreement entered into pursuant to an Act listed in Schedule 1 to the *Financial Consumer Agency of Canada Act*. The penalty amount may be as high as \$50,000 for an individual and \$200,000 for an institution. Penalties levied by FCAC are non-respendable and are to be remitted to the Consolidated Revenue Fund. The funds are not available to FCAC and are not included in the balance of the Cash Entitlement. As a result, the penalties do not reduce the amount that FCAC assesses the industry in respect of its operating costs.

**c) Employee future benefits**

**i) Pension benefits**

FCAC's eligible employees participate in the Public Service Pension Plan administered by the Government of

Canada. Supplementary retirement benefits may also be provided in accordance with the *Special Retirement Arrangements Act*. Pension benefits accrue up to a maximum period of 35 years at a rate of 2% per year of pensionable service, times the average of the best five consecutive years of earnings. The benefits are integrated with the Canada/Quebec Pension Plan benefits and they are indexed to inflation. Both the employees and FCAC contribute to the cost of the Plan. FCAC's responsibility with regard to the Plan is limited to its contributions. Actuarial surpluses or deficiencies are recognized in the financial statements of the Government of Canada, as the Plan's sponsor.

**ii) Severance benefits**

On termination of employment, employees are entitled to certain benefits provided for under their conditions of employment through a severance benefits plan. The cost of these benefits is accrued as the employees render their services necessary to earn severance benefits. These benefits represent the only obligation of FCAC that entails settlement by future payment.

The cost of severance benefits is actuarially determined as at March 31 of each year using the projected benefit method prorated on services. The valuation of the liability is based upon a current market discount rate and other actuarial assumptions, which represent management's best long-term estimates of factors such as future

wage increases and employee resignation rates. The excess of any net actuarial gain (loss) over 10% of the benefit obligation is amortized over the average remaining service period of active employees.

### iii) Other future benefits

The federal government sponsors a variety of other future benefit plans from which employees and former employees may benefit during employment or upon retirement. The Public Service Health Care Plan and the Pensioners' Dental Service Plan are the two major plans available to FCAC employees and retirees. FCAC's responsibility with regard to these two plans is also limited to its contributions.

### d) Cash entitlement

FCAC does not have its own bank account. All of the financial transactions of the Agency are processed through the Consolidated Revenue Fund (CRF), a banking facility administered by the Receiver General for Canada. FCAC's cash entitlement represents the amount the Agency is entitled to withdraw from the CRF without further authority. This amount does not earn interest.

### e) Assessments receivable

Assessments receivable are stated at amounts expected to be ultimately realized and represent a debt due to Her Majesty.

### f) Capital assets

All capital assets are initially recorded at acquisition cost. Amortization of capital assets is calculated on a straight-line basis over the estimated useful life of the asset, as follows:

Asset class	Amortization period
Furniture and fixtures	7 years
Leasehold improvements	lesser of useful life or term of the lease
Informatics software	5 years
Office equipment	4 years
Informatics hardware	3 years

## 4. Measurement uncertainty

The preparation of financial statements requires management to make estimates and assumptions that affect the reported amounts of assets, liabilities, revenues and expenses reported in the financial statements. At the time of preparation of these statements, management believes the estimates and

assumptions to be reasonable. The most significant items involving the use of estimates and assumptions are the benefit costs, the total severance benefits liability and the useful lives of capital assets. Actual results could significantly differ from those estimates.



## 5. Capital assets

Category	Gross book values			Accumulated amortization			Net book values	
	Opening balance	Additions	Closing balance	Opening balance	Amortization expense	Closing balance	2008	2007
Furniture and fixtures	\$ 532,801	\$ 64,881	\$ 597,682	\$ 333,743	\$ 79,711	\$ 413,454	\$ 184,228	\$ 199,058
Leasehold improvements	435,560	83,744	519,304	382,843	47,083	429,926	89,378	52,717
Informatics software	91,075	—	91,075	73,361	13,459	86,820	4,255	17,714
Office equipment	58,928	—	58,928	51,164	4,585	55,749	3,179	7,764
Informatics hardware	20,067	109,076	129,143	12,157	21,270	33,427	95,716	7,910
<b>Total</b>	<b>\$1,138,431</b>	<b>\$ 257,701</b>	<b>\$1,396,132</b>	<b>\$ 853,268</b>	<b>\$ 166,108</b>	<b>\$1,019,376</b>	<b>\$ 376,756</b>	<b>\$ 285,163</b>

## 6. Loan payable

FCAC funds its ongoing operations with cash advanced from the Consolidated Revenue Fund. There were no funds advanced as at March 31, 2008.

## 7. Employee future benefits

### a) Pension benefits

FCAC and all eligible employees contribute to the Public Service Pension Plan. This pension plan provides benefits based on years of service and average earnings at retirement. The benefits are fully indexed to the increase in the Consumer Price Index. The estimated employer contributions to the Public Service Pension Plan during the year were \$401,828 (2007—\$401,460).

As required under present legislation, the contributions made by FCAC to the Plan are 2.02 times the employees' contribution on amounts of salaries of \$130,700 or less and 7.3 times the employees' contribution on amounts of salaries in excess of \$130,700.

**b) Severance benefits**

Information about FCAC's severance benefit plan is presented in the table below.

	2008	2007
<b>Accrued Benefit Obligation, beginning of year</b>	<b>\$ 365,928</b>	<b>\$ 358,428</b>
Current service cost	43,812	49,677
Interest cost	16,479	15,836
Benefits paid	(201)	(21,322)
Actuarial loss	(34,462)	(36,691)
<b>Accrued Benefit Obligation, end of year<sup>1</sup></b>	<b>391,556</b>	<b>365,928</b>
Unamortized Net Actuarial Loss	(65,197)	(104,437)
<b>Accrued Benefit Liability</b>	<b>\$ 326,359</b>	<b>\$ 261,491</b>
<b>Net Benefit Plan Expense</b>		
Current service cost	\$ 43,812	\$ 49,677
Interest cost	16,479	15,836
Amortization of net actuarial losses <sup>2</sup>	4,778	8,999
<b>Net Benefit Plan Expense</b>	<b>\$ 65,069</b>	<b>\$ 74,512</b>

<sup>1</sup> The cost corresponding to annual changes in the accrued benefit liability is recovered from FCAC's revenue from assessments outlined in Note 3b to the Financial Statements. Amounts collected in excess of benefits paid are presented on the Balance Sheet under the heading of Cash Entitlement.

<sup>2</sup> The amortization period is the remaining average service period of active employees.

A discount rate of 4.25% (2007—4.25%) was applied in measuring the Agency's accrued benefit obligation. Management's best estimate for the general salary increases used to estimate the current service cost and the accrued benefit obligation as at March 31, 2008 is an annual economic increase of 2.5% for the plan years 2009 and 2010 inclusively (2007—2.0% for the plan year 2008). Thereafter an annual economic increase of 2.0% (2007—2.0%) is assumed. The average remaining service period of the active employees covered by the benefit plan is 14 years (2007—14 years).

**8. Related party transactions**

FCAC is related, in terms of common ownership, to all Government of Canada departments, agencies and Crown corporations. The Agency has entered into service agreements with several departments and one Crown corporation for the supply of key services to the Agency and its staff in carrying out its mandate. FCAC currently works with the following partners:

- Public Works and Government Services Canada (PWGSC)
- Canada Deposit Insurance Corporation (CDIC)
- the Office of the Superintendent of Financial Institutions (OSFI)

FCAC also enters into transactions with other government entities in the normal course of business and on normal trade terms applicable to all individuals and enterprises. The following table summarizes the impact of the Agency's significant related-party transactions for the

year on total expenses and the amounts due to (from) those related parties at the end of the year. The transactions are measured at the exchange amount, which is the amount of consideration established and agreed to by the related parties.

Related Party and Nature of Service Provided	2008		2007	
	Expense	Payable/ (Receivable)	Expense	Payable/ (Receivable)
<b>PWGSC</b>				
Accommodation	\$ 459,837	\$ —	\$ 455,581	\$ —
Management/				
Information Technology	37,748	8,453	340,317	85,114
Translation Services	130,095	24,899	89,474	9,323
Other Services	15,636	(7,987)	59,967	59,967
	643,316	25,365	945,339	154,404
<b>Treasury Board</b>				
Employee Benefits	777,344	27,939	747,757	3,243
<b>CDIC—Professional Services</b>				
Call Centre Administration	412,157	—	399,764	—
<b>OSFI—Professional Services</b>				
Financial Services	127,355	—	121,275	—
Human Resources Services	125,599	—	105,489	—
Internal Audit Services	69,150	69,150	85,000	85,000
Research Services	30,000	—	20,018	—
	352,104	69,150	331,782	85,000
<b>Statistics Canada</b>				
Employee Secondment	—	25,524	—	—
<b>Department of Finance</b>				
Interest on Loan from the				
Consolidated Revenue Fund	135,831	10,623	166,329	—
<b>Total</b>	<b>\$ 2,320,752</b>	<b>\$ 158,601</b>	<b>\$ 2,590,971</b>	<b>\$ 242,647</b>



## 9. Contractual obligations

Contractual commitments arising from service agreements entered into with various departments and one Crown corporation for the supply of key services to the Agency, as well as

future minimum lease payments for the remaining term of the Agency's lease for office space, are outlined below.

Year ending March 31	Service agreements	Operating lease	Total
2009	\$ 483,246	\$ 447,593	\$ 930,839
2010	492,258	—	492,258
2011	468,594	—	468,594
2012	477,576	—	477,576
2013	451,486	—	451,486
<b>Total</b>	<b>\$ 2,373,160</b>	<b>\$ 447,593</b>	<b>\$ 2,820,753</b>

## 10. Administrative monetary penalties

Administrative monetary penalties levied by FCAC are non-respendable and are to be remitted to the Consolidated Revenue Fund. The funds are not available to FCAC and are not included in the balance of the Cash Entitlement. As a result, the penalties do not reduce the amount that FCAC assesses the industry in respect of its operating costs.

FCAC levied \$76,000 (2007—\$101,000) in administrative monetary penalties during fiscal year 2007–08.

## 11. Government funding

Effective 2007–08 and for a period of two years, FCAC is entitled to receive a parliamentary appropriation as authorized under section 13(3) of the Act. The funding is to develop and share instructional materials for financial literacy education programs, particularly directed toward young adults, and to facilitate the dissemination of these materials and information through financial education providers. During 2007–08, FCAC received an appropriation of \$943,915 (2007—nil).



# Appendices





## Appendix A

### Glossary

#### ***Administrative Monetary Penalty***

A monetary penalty that the Commissioner may impose after determining that a violation has been committed. The penalty can be as high as \$50,000 for an individual or \$200,000 for an institution (as of March 29, 2007). The amount is determined on the basis of three criteria: the degree of intent or negligence of the violator, the harm done by the violation, and any history of previous violations.

#### ***Addressed at industry level***

A compliance issue has been identified as being an industry-wide issue. The institution has agreed to implement changes to improve compliance.

#### ***Addressed in Compliance Agreement***

A federally regulated financial institution has agreed to enter into a Compliance Agreement concerning the compliance issue.

#### ***Case***

A file opened by FCAC's Compliance and Enforcement Branch pertaining to a compliance matter, such as an alleged contravention of a consumer provision, code of conduct or public commitment. Circumstances surrounding the matter are reviewed and assessed by the Branch.

#### ***Closed case***

A compliance case closed between April 1 and March 31 of the reporting year.

#### ***Code of conduct***

A code adopted by a financial institution or an industry association and made publicly available (for example, on its Web site), designed to protect the interests of customers of that institution or industry. FCAC monitors whether federally regulated financial institutions comply with their voluntary codes of conduct.

#### ***Coercive tied selling***

The use of coercion or undue pressure to induce an individual to obtain a product or service from a particular person, bank or affiliate, as a condition for obtaining another product or service from that same source.

#### ***Complaint***

A verbal or written expression of dissatisfaction by a consumer, related to any area of activity of a financial institution.

#### ***Complaint-handling procedure***

A procedure that federally regulated financial institutions are legally required to put in place for dealing with complaints made by persons who have requested or received products or services from a financial institution in Canada. Financial institutions must file their complaint-handling procedures with FCAC.

#### ***Compliance Agreement***

An agreement entered into by the Commissioner and the senior management of a financial institution, specifying corrective measures designed to further compliance with the consumer provisions and setting out a time frame for implementation of the measures.

***Compliance, finding of***

A finding by FCAC, after investigation of a complaint, that the actions of the financial institution concerned are consistent with the institution's voluntary code of conduct or public commitment governing such actions.

***Compliance framework***

A framework outlining how FCAC supervises financial institutions' compliance with the legislated consumer provisions, and how it monitors the institutions' compliance with voluntary codes of conduct and public commitments.

***Compliance measures***

A series of actions that the Commissioner may implement to further compliance with consumer provisions when an institution is found to have violated a consumer provision. Determined on a case-by-case basis, the compliance measures may include such correctives as proceedings initiated through a Notice of Violation and an Administrative Monetary Penalty.

***Consumer provision***

A provision of federal legislation/regulations identified as a consumer provision in section 2 of the *Financial Consumer Agency of Canada Act*. When designated by regulation, contravention of such a provision constitutes a violation.

***Examination***

An examination conducted by FCAC, as circumstances require, to satisfy the Commissioner that a financial institution is complying with the consumer provisions, as well as with its code of conduct or public commitment. FCAC forwards the conclusions of such examinations to the Minister of Finance.

***Filing***

A document that a federally regulated financial institution is required by legislation (the *Bank Act*, the *Cooperative Credit Associations Act*, the *Insurance Companies Act* or the *Trust and Loan Companies Act*) to file with FCAC.

***Non-compliance, finding of***

After investigation by FCAC, a determination that the actions of a particular financial institution do not comply with the terms of a voluntary code of conduct or a public commitment applicable to that institution.

***Non-substantive issue***

An issue that appears to be a violation but involves a minor or isolated incident, or has very limited impact on consumers. No violation is noted against the financial institution's history but such issues are monitored to identify trends.

***Non-violation, finding of***

A finding by FCAC, after investigation of a complaint, that the actions of the financial institution concerned are consistent with its consumer provision obligations.

***Not a compliance matter***

A case may be found to be not a compliance matter if, for various reasons, it falls outside of FCAC's mandate or jurisdiction, or predates the existence of FCAC (October 24, 2001).

***Notice of Violation***

A notice provided for by law and issued by the Commissioner, informing a financial institution that there are reasonable grounds to believe that the institution has violated a consumer provision. The *Financial Consumer Agency of Canada Act* requires the notice to state the name of the institution that committed the

violation, the nature of the violation and the proposed amount of the Administrative Monetary Penalty to be levied against the institution by FCAC. After the Commissioner issues a Notice of Violation and receives representations from the institution, the Commissioner decides on a balance of probabilities whether the financial institution committed the violation and, where appropriate, issues a Notice of Decision. The Notice of Decision describes any Administrative Monetary Penalty imposed. The Commissioner may also publicize the violation.

### ***Opened case***

A case opened in FCAC's tracking system between April 1 and March 31 of the reporting year.

### ***Pending case***

A compliance case still under investigation by FCAC as of March 31 of the reporting year.

### ***Public Accountability Statement***

A statement that each financial institution with \$1 billion or more in equity is required by law to publish annually and file with the FCAC Commissioner. The statement describes the contributions made by the institution to Canada's economy or society.

### ***Public commitment***

A commitment adopted and made publicly by a financial institution (for example, on its Web site), designed to protect the interests of customers of that institution. FCAC monitors compliance by federally regulated financial institutions with their public commitments.

### ***Self-reported complaint/ Reportable complaint***

A complaint involving a consumer provision or an FCAC-targeted code of conduct or public commitment that has been received by or forwarded to the designated reportable level or higher level of a financial institution's complaint-handling process. FCAC's compliance framework requires federally regulated financial institutions to inform the Agency of any reportable complaint (as defined in the compliance framework).

### ***Violation***

The contravention of a consumer provision, as defined by the *Financial Consumer Agency of Canada Designated Violations Regulations*.

### ***Withdrawn case***

A case on which action has been discontinued, either because the consumer who lodged the complaint has withdrawn it or because the consumer did not respond to FCAC's attempts to contact him or her in order to obtain the facts necessary for continuing the investigation.



# Appendix B

## Consumer provisions and regulations

The *Financial Consumer Agency of Canada Act* identifies consumer provisions under the following legislation:

- the *Bank Act*;
- the *Insurance Companies Act*;
- the *Trust and Loan Companies Act*; and
- the *Cooperative Credit Associations Act*.

The following table highlights some of the legislated consumer provisions that the Agency administers, and the types of federally regulated financial institutions affected by each provision.

### Consumer provisions administered by FCAC, and the institutions they affect

Type of consumer provision	Banks	Trust and loan companies	Insurance companies	Retail associations
Requirement to disclose interest and charges applicable to deposit accounts	X	X		X
Requirement to disclose the cost of borrowing	X	X	X	X
Requirement to have procedures for protecting customer information (no regulations in effect)	X	X	X	X
Requirement to open retail deposit accounts	X			
Requirement to provide notice that deposits are not insured when bank is not a member of CDIC	X			
Requirement to offer a standard low-cost account (not in effect)	X			
<i>Note: Instead of a regulatory approach to bring this provision into effect, eight financial institutions have voluntarily committed to providing a low-cost account within guidelines established by the government.</i>				
Within 14 days of opening a retail deposit account by telephone, consumer's right to close the account without charge	X	X		X
Prohibition on charging for cashing Government of Canada cheques	X	X		X
Obligation to cash Government of Canada cheques to a maximum of \$1,500, as specified by regulation	X			
Requirement to provide notice before closing a retail branch	X	X		X
Requirement for each institution with equity of \$1 billion or more to file a Public Accountability Statement	X	X	X	

## Consumer provisions administered by FCAC, and the institutions they affect (continued)

Type of consumer provision	Banks	Trust and loan companies	Insurance companies	Retail associations
Requirement to set up complaint procedures and to file a copy of those procedures with FCAC	X	X	X	X
Requirement to join a separate complaints resolution organization		X	X	X
Restriction concerning coercive tied selling	X			
Requirements to disclose information to consumers in accordance with regulations (e.g. regulations on account charges, cheque holding policies)	X	X	X	X
Consumers' right to pre-pay loans	X	X	X	X
Requirement for an institution to provide information about FCAC when consumers have complaints about the institution's compliance with consumer provisions	X	X	X	X
Related matters	Banks	Trust and loan companies	Insurance companies	Retail associations
Requirement for FCAC to monitor industry codes of conduct and public commitments (e.g. codes dealing with debit cards or with small and medium-sized businesses)	X	X	X	X
Requirement for FCAC to report annually, in aggregate form, on the number and types of complaints brought to its attention	X	X	X	X
Requirement for institutions to provide information to the Commissioner as necessary	X	X	X	X
Requirement for annual compliance examination and reporting	X	X	X	X
Ability to enter into Compliance Agreements	X	X	X	X
Requirement to pay assessments for funding of FCAC	X	X	X	X
Ability to designate contraventions that are subject to administrative penalties	X	X	X	X

## Status of consumer provisions and related regulations

as of March 31, 2008

Name of regulations	Status	Reference No.
<i>Access to Basic Banking Services Regulations</i>	in force	SOR/2003-184
<i>Cheque Holding Policy Disclosure (Banks) Regulations</i>	in force	SOR/2002-39
<i>Complaint Information (Authorized Foreign Banks) Regulations</i>	in force	SOR/2001-370
<i>Complaint Information (Banks) Regulations</i>	in force	SOR/2001-371
<i>Complaint Information (Canadian Insurance Companies) Regulations</i>	in force	SOR/2001-373
<i>Complaint Information (Foreign Insurance Companies) Regulations</i>	in force	SOR/2001-372
<i>Complaint Information (Retail Associations) Regulations</i>	in force	SOR/2001-374
<i>Complaint Information (Trust and Loan Companies) Regulations</i>	in force	SOR/2001-375
<i>Cost of Borrowing (Authorized Foreign Banks) Regulations</i>	in force	SOR/2002-262
<i>Cost of Borrowing (Banks) Regulations</i>	in force	SOR/2001-101
<i>Cost of Borrowing (Canadian Insurance Companies) Regulations</i>	in force	SOR/2001-102
<i>Cost of Borrowing (Foreign Insurance Companies) Regulations</i>	in force	SOR/2001-103
<i>Cost of Borrowing (Retail Associations) Regulations</i>	in force	SOR/2002-263
<i>Cost of Borrowing (Trust and Loan Companies) Regulations</i>	in force	SOR/2001-104
<i>Disclosure of Charges (Authorized Foreign Banks) Regulations</i>	in force	SOR/99-278
<i>Disclosure of Charges (Banks) Regulations</i>	in force	SOR/92-324
<i>Disclosure of Charges (Retail Associations) Regulations</i>	in force	SOR/2003-297
<i>Disclosure of Interest (Authorized Foreign Banks) Regulations</i>	in force	SOR/1999-272, as amended by SOR/2001-468
<i>Disclosure of Interest (Banks) Regulations</i>	in force	SOR/1992-321, as amended by SOR/2001-469
<i>Disclosure of Interest (Retail Associations) Regulations</i>	in force	SOR/2003-298
<i>Disclosure of Interest (Trust and Loan Companies) Regulations</i>	in force	SOR/1992-322, as amended by SOR/2001-470
<i>Disclosure on Account Opening by Telephone Request (Authorized Foreign Banks) Regulations</i>	in force	SOR/2001-471
<i>Disclosure on Account Opening by Telephone Request (Banks) Regulations</i>	in force	SOR/2001-472
<i>Disclosure on Account Opening by Telephone Request (Retail Associations) Regulations</i>	in force	SOR/2003-299
<i>Disclosure on Account Opening by Telephone Request (Trust and Loan Companies) Regulations</i>	in force	SOR/2001-473
<i>Financial Consumer Agency of Canada Assessment of Financial Institutions Regulations</i>	in force	SOR/2001-474
<i>Financial Consumer Agency of Canada Designated Violations Regulations</i>	in force	SOR/2002-101
<i>Index-linked Deposits Interest Disclosure Regulations</i>	in force	SOR/2002-102
<i>Notice of Branch Closure (Banks) Regulations</i>	in force	SOR/2002-104, as amended by SOR/2003-70



## Status of consumer provisions and related regulations (continued)

Name of regulations	Status	Reference No.
<i>Notice of Branch Closure (Cooperative Credit Associations) Regulations</i>	in force	SOR/2002-105, as amended by SOR/2003-70
<i>Notice of Branch Closure (Trust and Loan Companies) Regulations</i>	in force	SOR/2002-106, as amended by SOR/2003-70
<i>Notices of Uninsured Deposits Regulations</i>	in force	SOR/99-388, as amended by SOR/2002-338
<i>Public Accountability Statements (Banks, Insurance Companies, Trust and Loan Companies) Regulations</i>	in force	SOR/2002-133

## Appendix C

### Major codes of conduct and public commitments monitored by FCAC

#### *Codes of conduct*

##### **Canadian Bankers Association (CBA) Code of Conduct for Authorized Insurance Activities**

Outlines the banks' standards for branch employees to offer credit, travel and personal accident insurance. Deals with training, disclosure, promotion practices, customer privacy protection and customer redress.

##### **Canadian Code of Practice for Consumer Debit Card Services ("debit card code")**

Outlines industry practices and consumer/industry responsibilities. Designed to protect Canadian consumers who use debit card services.

##### **Codes of Conduct for Bank Relations with Small and Medium-Sized Businesses**

Each bank develops and applies its own code to the business activities it conducts with small and medium-sized enterprise (SME) customers. Every code includes the key elements of the CBA Model Code of Conduct, the minimum standard for banks dealing with SMEs.

##### **Principles of Consumer Protection for Electronic Commerce: A Canadian Framework**

Intended to guide the actions of businesses, consumers and governments in Canada to develop a consumer protection framework for electronic commerce over open networks, including the Internet.

#### *Public commitments*

##### **Cheque Holds**

Voluntary commitment by Canadian banks to reduce the maximum possible cheque hold period from 10 to 7 business days, and to further reduce the period to a maximum of 4 business days upon full implementation of electronic cheque imaging (expected by late

2009). Applies to cheques deposited by individual consumers to their personal deposit accounts, as well as cheques deposited to commercial accounts operated by small and medium-sized businesses.

### **Credit Cards**

Several financial institutions have made formal commitments to protect consumers from the unauthorized use of credit cards. These commitments outline consumers' liability for fraudulent transactions.

### **Guidelines for the Transfer of Registered Plans**

Explanation of the maximum time that banks may require to process transfers of deposit-type registered plans.

### **Low-Cost Accounts**

Eight Canadian financial institutions have undertaken to offer accounts that meet guidelines set out by the federal government since February 2001, with the aim of ensuring that Canadians have access to affordable banking services.

### **On-Line Payments**

Commitment to applying the principles and provisions of the Canadian Code of Practice for Consumer Debit Card Services as they apply to on-line payments made from customer deposit accounts. Reflects consumer and industry responsibilities related to the use of on-line payment systems in Canada.

### **Plain-Language Mortgage Documents**

Reflect the banks' commitment to improving the understandability of residential mortgage documents.

### **Undertaking on Right of Rescission of Index-linked Deposits Purchased by Telephone**

For telephone purchasers of index-linked deposits who have not received the required written statement prior to purchase, seven Canadian financial institutions have committed to allowing the opportunity to rescind the purchase within 48 hours from the actual or deemed receipt of such a statement, whichever is earlier.

### **Undertaking on Unsolicited Services**

Six Canadian financial institutions have committed to implementing procedures designed to protect consumers when offering unsolicited services.

**Retenue des fonds déposés par chèque**  
 Il s'agit d'un engagement volontaire des banques canadiennes visant à ramener la durée maximale des retenues de fonds de dix à sept jours ouvrables, puis à quatre jours ouvrables une fois que sera entièrement mise en œuvre l'imagerie des chèques par voie électronique (prévue pour la fin de 2009). Cela s'applique aux chèques déposés par les particuliers dans leur compte de dépôt personnel et aux chèques déposés dans les comptes commerciaux des petites et moyennes entreprises.



**Code de pratique canadien des services de cartes de débit (code relatif aux cartes de débit)**  
Ce code décrit les pratiques du secteur et les responsabilités des consommateurs et du secteur. Il a pour objectif de protéger les consommateurs canadiens qui utilisent les services de cartes de débit.

**Principes régissant la protection des consommateurs dans le commerce électronique : le cadre canadien**

Ces principes visent à guider les entreprises, les consommateurs et les gouvernements du Canada appelés à élaborer un cadre de protection des consommateurs dans le contexte du commerce électronique sur réseaux ouverts, dont Internet.

**Engagements publics**

**Cartes de crédit**  
Plusieurs institutions financières se sont officiellement engagées à protéger les consommateurs contre l'utilisation non autorisée des cartes de crédit. Ces engagements traitent de la responsabilité des consommateurs en ce qui concerne les opérations frauduleuses.

**Comptes à frais modiques**  
En février 2001, huit institutions financières canadiennes se sont engagées à offrir des comptes qui respectent les lignes directrices établies par le gouvernement fédéral pour faire en sorte que les Canadiens aient accès à des services bancaires abordables.

**Documents hypothécaires rédigés en langage simple**

Ces documents reflètent l'engagement des banques à accroître la clarté des documents hypothécaires résidentiels.

**Engagement relatif au droit d'annuler l'achat d'un contrat de dépôt indiciel effectué par téléphone**

Dans l'intérêt des consommateurs ayant acheté un contrat de dépôt indiciel par téléphone sans avoir reçu le document d'information réglementaire avant l'achat, sept institutions financières canadiennes se sont engagées à leur permettre d'annuler l'achat dans les 48 heures suivant la réception réelle ou présumée du document, selon la première occurrence.

**Engagement relatif aux services non sollicités**

Six institutions financières canadiennes se sont engagées à mettre en œuvre des procédures conçues pour protéger les consommateurs lorsque des services non sollicités leur sont offerts.

**Lignes directrices applicables au transfert des régimes enregistrés**

Il s'agit d'un engagement à respecter les modalités fixées à l'égard du temps maximal que les banques peuvent prendre pour assurer le transfert des régimes enregistrés comportant des instruments de dépôt.

**Paie en ligne**

Il s'agit des engagements portant sur l'application des principes et des dispositions du Code de pratique canadien des services de cartes de débit en ce qui concerne les paiements en ligne imputés sur les comptes de dépôt des consommateurs. Ces engagements précisent les responsabilités des consommateurs et du secteur quant à l'utilisation des systèmes de paiement en ligne au Canada.

État des règlements liés aux dispositions visant les consommateurs et des règlements connexes (suite)

Titre des règlements		État	N° de référence
Règlement sur les violations désignées (Agence de la consommation en matière financière du Canada)		en vigueur	DORS/2002-101
Règlement sur la communication de l'intérêt sur les dépôts indicatifs		en vigueur	DORS/2002-102
Règlement sur les préavis de fermeture de succursales (banques)		en vigueur	DORS/2002-104, modifié par DORS/2003-70
Règlement sur les préavis de fermeture de succursales (associations coopératives de crédit)		en vigueur	DORS/2002-105, modifié par DORS/2003-70
Règlement sur les préavis de fermeture de succursales (sociétés de fiducie et de prêt)		en vigueur	DORS/2002-106, modifié par DORS/2003-70
Règlement sur les avis relatifs aux dépôts non assurés		en vigueur	DORS/99-388, modifié par DORS/2002-338
Règlement sur la déclaration annuelle (banques, sociétés d'assurances, sociétés de fiducie et de prêt)		en vigueur	DORS/2002-133

Annexe C

Principaux codes de conduite et engagements publics sous la surveillance de l'ACFC

Codes de conduite

Code de conduite de l'Association des banquiers canadiens (ABC) pour les activités d'assurance autorisées

Ce code décrit les normes adoptées par les banques à l'intention des employés des succursales, qui sont chargés d'offrir de l'assurance crédit, voyage et accident personnel. Il traite de la formation, des

Codes de conduite sur les relations des banques avec les petites et moyennes entreprises

Chaque banque élabore et applique son propre code aux relations d'affaires qu'elle entretient avec les petites et moyennes entreprises (PME) clientes. Tous les codes comprennent les éléments clés du modèle de code de conduite de l'ABC, dans lequel sont énoncées les normes minimales à respecter pour les banques qui traitent avec les PME.

renseignements à fournir, des pratiques de promotion, de la protection de la vie privée des clients et des recours qui sont à la disposition de ceux-ci.

# État des règlements liés aux dispositions visant les consommateurs et des règlements connexes

au 31 mars 2008

Titre des règlements		État	N° de référence
Règlement sur l'accès aux services bancaires de base	en vigueur	DORS/2003-184	
Règlement sur la communication de la politique de retenue de chèques (banques)	en vigueur	DORS/2002-39	
Règlement sur les renseignements relatifs aux réclamations (banques étrangères autorisées)	en vigueur	DORS/2001-370	
Règlement sur les renseignements relatifs aux réclamations (banques)	en vigueur	DORS/2001-371	
Règlement sur les renseignements relatifs aux réclamations (sociétés d'assurances canadiennes)	en vigueur	DORS/2001-373	
Règlement sur les renseignements relatifs aux réclamations (sociétés d'assurances étrangères)	en vigueur	DORS/2001-372	
Règlement sur les renseignements relatifs aux réclamations (associations de détail)	en vigueur	DORS/2001-374	
Règlement sur les renseignements relatifs aux réclamations (sociétés de fiducie et de prêt)	en vigueur	DORS/2001-375	
Règlement sur le coût d'emprunt (banques étrangères autorisées)	en vigueur	DORS/2002-262	
Règlement sur le coût d'emprunt (banques)	en vigueur	DORS/2001-101	
Règlement sur le coût d'emprunt (sociétés d'assurances canadiennes)	en vigueur	DORS/2001-102	
Règlement sur le coût d'emprunt (sociétés d'assurances étrangères)	en vigueur	DORS/2001-103	
Règlement sur le coût d'emprunt (associations de détail)	en vigueur	DORS/2002-263	
Règlement sur le coût d'emprunt (sociétés de fiducie et de prêt)	en vigueur	DORS/2001-104	
Règlement sur la communication des frais (banques étrangères autorisées)	en vigueur	DORS/99-278	
Règlement sur la communication des frais (banques étrangères autorisées)	en vigueur	DORS/92-324	
Règlement sur la communication de l'intérêt (associations de détail)	en vigueur	DORS/2003-297	
Règlement sur la communication de l'intérêt (banques étrangères autorisées)	en vigueur	DORS/1999-272, modifié par DORS/2001-468	
Règlement sur la communication de l'intérêt (banques)	en vigueur	DORS/1992-321, modifié par DORS/2001-469	
Règlement sur la communication de l'intérêt (associations de détail)	en vigueur	DORS/2003-298	
Règlement sur la communication de l'intérêt (sociétés de fiducie et de prêt)	en vigueur	DORS/1992-322, modifié par DORS/2001-470	
Règlement sur la communication en cas de demande téléphonique d'ouverture de compte (banques étrangères autorisées)	en vigueur	DORS/2001-471	
Règlement sur la communication en cas de demande téléphonique d'ouverture de compte (banques)	en vigueur	DORS/2001-472	
Règlement sur la communication en cas de demande téléphonique d'ouverture de compte (associations de détail)	en vigueur	DORS/2003-299	
Règlement sur la communication en cas de demande téléphonique d'ouverture de compte (sociétés de fiducie et de prêt)	en vigueur	DORS/2001-473	
Règlement sur les cotisations des institutions financières (Agence de la consommation en matière financière du Canada)	en vigueur	DORS/2001-474	



## Dispositions visant les consommateurs administrées par l'ACFC, et les institutions qui y sont assujetties (suite)

Type de disposition visant les consommateurs					Institutions assujetties			
					Banques	Sociétés de fiducie et de prêt	Sociétés d'assurances	Associations de détail
Obligation des institutions d'encaisser les chèques du gouvernement du Canada d'un montant maximal de 1 500 \$, comme le prescrit la réglementation	X							
Obligation des institutions de donner un préavis avant de fermer une succursale de détail	X				X	X		X
Obligation de chaque institution dont les capitaux propres se chiffrent à 1 milliard de dollars ou plus de déposer une déclaration sur les responsabilités envers la collectivité							X	
Obligation des institutions de se doter d'une procédure de traitement des plaintes et d'en déposer une copie à l'ACFC	X				X	X	X	X
Obligation des institutions d'adhérer à un organisme distinct de règlement des plaintes						X	X	X
Restriction imposée aux institutions à propos des ventes liées avec coercition	X							
Obligation des institutions de fournir de l'information aux consommateurs, conformément à la réglementation (par exemple la réglementation concernant les frais relatifs aux comptes et les politiques concernant la retenue sur les chèques)					X	X	X	X
Droit du consommateur de rembourser les prêts par anticipation	X				X	X	X	X
Obligation des institutions d'informer les consommateurs au sujet de l'ACFC lorsqu'ils ont des plaintes concernant la conformité aux dispositions visant les consommateurs					X	X	X	X
<b>Questions connexes</b>								
Obligation de l'ACFC de surveiller les codes de conduite et les engagements publics du secteur (par exemple les codes relatifs aux cartes de débit ou aux petites et moyennes entreprises)	X					X	X	X
Obligation de l'ACFC de rendre compte globalement, chaque année, du nombre de plaintes portées à son attention et de leur nature					X	X	X	X
Obligation des institutions de fournir de l'information au consommateur, au besoin	X				X	X	X	X
Obligation de mener, chaque année, un examen de conformité et d'établir un rapport	X				X	X	X	X
Capacité à conclure des ententes de conformité	X				X	X	X	X
Obligation de verser des cotisations pour financer les activités de l'ACFC	X				X	X	X	X
Capacité à désigner les contraventions pouvant donner lieu à des sanctions administratives	X				X	X	X	X

## Annexe B

### Dispositions et règlements visant les consommateurs

La Loi sur l'Agence de la consommation en matière financière du Canada prescrit les dispositions visant les consommateurs des lois suivantes :

- Loi sur les banques;
- Loi sur les sociétés d'assurances;
- Loi sur les sociétés de fiducie et de prêt;
- Loi sur les associations coopératives de crédit.

Le tableau suivant souligne quelques-unes des dispositions législatives visant les consommateurs qui sont administrées par l'Agence. Il indique aussi quels types d'institutions financières sous réglementation fédérale sont assujettis à chaque disposition.

### Dispositions visant les consommateurs administrées par l'ACFC, et les institutions qui y sont assujetties

Type de disposition visant les consommateurs	Banques	Sociétés de fiducie et de prêt	Sociétés d'assurances	Associations de détail
Obligation de divulguer les intérêts et les frais applicables aux comptes de dépôt	X	X		X
Obligation de divulguer le coût d'emprunt	X	X	X	X
Obligation de se doter de procédures visant à protéger l'information concernant les clients (aucun règlement en vigueur)	X			
Obligation d'ouvrir des comptes de dépôt de détail		X		
Obligation d'aviser les consommateurs que les dépôts ne sont pas assurés lorsque la banque n'est pas membre de la SADC			X	
Obligation d'offrir un compte standard à frais modiques (pas en vigueur)	X			
N.B. Au lieu d'adopter un règlement pour officialiser cette disposition, huit institutions financières se sont engagées de leur plein gré à offrir un compte à frais modiques en respectant les lignes directrices établies par le gouvernement.				
Droit du consommateur de fermer, sans frais, un compte de dépôt de détail ouvert par téléphone, dans les 14 jours suivant l'ouverture du compte	X	X		X
Interdiction d'imposer des frais pour l'encasement des chèques du gouvernement du Canada	X	X		X

## Procès-verbal de violation

Procès-verbal prescrit par la loi et dressé par le commissaire pour informer une institution financière qu'il y a des motifs raisonnables de croire qu'elle a violé une disposition visant les consommateurs. En vertu de la *Loi sur l'Agence de la consommation en matière financière du Canada*, le procès-verbal doit mentionner le nom de l'institution qui a commis la violation, la nature de la violation et le montant proposé de la sanction administrative imposée par l'ACFC. Après avoir dressé un procès-verbal de violation et reçu les observations de l'institution en cause, le commissaire détermine, selon la prépondérance des probabilités, la mesure dans laquelle l'institution financière a commis la violation et, le cas échéant, dresse un avis de décision. L'avis de décision décrit la sanction administrative pécuniaire imposée. Le commissaire peut aussi rendre publique la violation.

## Question abordée à l'échelle du secteur

Question de conformité considérée comme une question intéressant l'ensemble du secteur. L'institution convient d'apporter des changements pour renforcer la conformité.

## Question abordée dans une entente de conformité

L'institution financière sous réglementation fédérale convient de conclure une entente de conformité sur la question à régler.

## Question autre qu'une question de conformité

Il se pourrait qu'un cas ne constitue pas une question de conformité si, pour diverses raisons, il ne relève pas du mandat ou de la compétence de l'ACFC, ou date d'avant la création de l'ACFC (le 24 octobre 2001).

## Question autre qu'une question de fond

Question qui semble être une violation, mais qui consiste en un incident mineur ou isolé, ou n'a que très peu de répercussions sur les consommateurs. Aucune violation n'est versée au dossier de l'institution financière, mais ce genre de question est suivi de près en vue d'établir des tendances.

## Retrait

Retrait d'un cas parce que le consommateur ayant déposé la plainte l'a retirée ou n'a pas donné suite aux tentatives de l'ACFC visant à communiquer avec lui pour recueillir les faits nécessaires à la poursuite de l'enquête.

## Sanction administrative pécuniaire

Sanction pécuniaire que le commissaire peut imposer après avoir établi qu'une violation a été commise. Le montant de la sanction peut atteindre 50 000 \$ pour un particulier et 200 000 \$ pour une institution (au 29 mars 2007). Le montant est déterminé en fonction de trois critères : la nature de l'intention ou de la négligence de l'auteur, la gravité du tort causé, et les antécédents de l'auteur.

## Ventes liées avec coercition

Pratique soumettant un particulier à des mesures coercitives ou à des pressions injustifiées pour l'obliger à acquérir un produit ou un service auprès d'une personne, d'une banque ou d'une société affiliée afin d'obtenir un autre produit ou service de cette même source.

## Violation

Contravention à une disposition visant les consommateurs définie au sens du *Règlement sur les violations désignées* (Agence de la consommation en matière financière du Canada).



**Dossier en suspens**

Cas de conformité faisant toujours l'objet d'une enquête de l'ACFC au 31 mars de l'année visée par le rapport.

**Dossier fermé**

Cas de conformité dont le dossier a été fermé entre le 1<sup>er</sup> avril et le 31 mars de l'année visée par le rapport.

**Dossier ouvert**

Cas pour lequel un dossier a été ouvert et versé dans le système de suivi de l'ACFC entre le 1<sup>er</sup> avril et le 31 mars de l'année visée par le rapport.

**Engagement public**

Engagement adopté par une institution financière et rendu public (par exemple dans son site Web) pour protéger les intérêts de ses clients. L'ACFC surveille les institutions financières sous réglementation fédérale afin de s'assurer qu'elles respectent leurs engagements publics.

**Entente de conformité**

Entente conclue entre le commissaire et la haute direction d'une institution financière, qui précise les mesures correctrices à prendre pour renforcer la conformité aux dispositions visant les consommateurs et fixe un délai pour la mise en œuvre des mesures.

**Examen**

Examen mené par l'ACFC, lorsque les circonstances l'exigent, pour convaincre le commissaire qu'une institution financière se conforme aux dispositions visant les consommateurs, ainsi qu'à son code de conduite ou à son engagement public. L'ACFC communique les résultats de ce genre d'examen au ministre des Finances.

**Mesures de conformité**

Série de mesures que le commissaire peut mettre en œuvre pour promouvoir la conformité aux dispositions visant les consommateurs lorsqu'il est établi qu'une institution a violé une disposition visant les consommateurs. Les mesures de conformité sont déterminées en fonction de chaque cas. Elles peuvent inclure des poursuites, amorcées au moyen d'un procès-verbal de violation, et s'accompagner d'une sanction administrative pécuniaire.

**Plainte**

Mécontentement exprimé par un consommateur, que ce soit verbalement ou par écrit, relativement à un secteur d'activité d'une institution financière.

**Plainte signalée par une institution financière**

Plainte relative à un code de conduite ou un engagement public ciblé par l'ACFC ou à une disposition visant les consommateurs, qui est reçue ou transmise à l'échelon désigné « à signaler » ou à un échelon supérieur du processus de traitement des plaintes d'une institution financière. Le cadre de conformité de l'ACFC exige que les institutions financières sous réglementation fédérale informen l'Agence de toute plainte à signaler (selon la définition énoncée dans le cadre de conformité).

**Procédure de traitement des plaintes**

Procédure que les institutions financières sous réglementation fédérale sont tenues de mettre en place, en vertu de la loi, pour traiter les plaintes qui leur sont présentées par des particuliers ayant demandé ou reçu des produits ou des services d'une institution financière au Canada. Les institutions financières doivent remettre une copie de leur procédure de traitement des plaintes à l'ACFC.

# Annexe A Glossaire

## Cadre de conformité

Cadre présentant la façon dont l'Agence de la consommation en matière financière du Canada (ACFC) s'y prend pour surveiller la conformité des institutions financières aux dispositions législatives visant les consommateurs et pour suivre de près leur respect des codes de conduite volontaires et des engagements publics.

## Code de conduite

Code adopté par une institution financière ou une association du secteur et rendu public (par exemple dans son site Web) pour protéger les intérêts de ses clients ou membres. L'ACFC surveille les institutions financières sous réglementation fédérale pour s'assurer qu'elles respectent leurs codes de conduite volontaires.

## Constat de conformité

Après avoir fait enquête sur une plainte, l'ACFC constate que les mesures prises par l'institution financière en cause sont conformes au code de conduite volontaire ou à l'engagement public de l'institution, qui régit de telles mesures.

## Constat de non-conformité

À l'issue d'une enquête menée par l'ACFC, il est établi que les mesures prises par une institution financière donnée ne sont pas conformes aux conditions d'un code de conduite volontaire ou d'un engagement public qui lui est applicable.

## Constat de non-violation

Après avoir fait enquête sur une plainte, l'ACFC constate que les mesures prises par l'institution financière en cause sont conformes aux obligations liées aux dispositions visant les consommateurs.

## Déclaration sur les responsabilités envers la collectivité

Déclaration que chaque institution financière dont les capitaux propres se chiffrent à 1 milliard de dollars ou plus est tenue de publier chaque année en vertu de la loi et dont elle doit remettre une copie au commissaire de l'ACFC. La déclaration fait état de la contribution de l'institution à l'économie et à la société canadiennes.

## Disposition visant les consommateurs

Disposition d'une loi ou d'un règlement fédéral définie comme étant une disposition visant les consommateurs en vertu de l'article 2 de la Loi sur l'Agence de la consommation en matière financière du Canada. Lorsqu'elle est prescrite par règlement, une infraction à une telle disposition constitue une violation.

## Document déposé

Document dont une institution financière sous réglementation fédérale doit déposer copie à l'ACFC aux termes de la législation (Loi sur les banques, Loi sur les associations coopératives de crédit, Loi sur les sociétés d'assurances ou Loi sur les sociétés de fiducie et de prêt).

## Dossier

Dossier ouvert par la Direction de la conformité et de l'application de l'ACFC relativement à une question de conformité, comme l'infraction présumée à une disposition visant les consommateurs, un code de conduite ou un engagement public. La Direction se charge de l'examen et de l'évaluation des circonstances se rapportant à la question de conformité.

## Annexes





9. Obligations contractuelles

Le tableau qui suit fait état des obligations contractuelles découlant des ententes de services conclues par l'Agence avec divers ministères et une société d'État pour obtenir des services importants, ainsi que des paiements de location minimaux exigibles d'ici l'échéance du bail contracté par l'Agence pour ses locaux.

Exercice se terminant le 31 mars			Ententes de services	Contrat de location-exploitation	Total
2009	483 246 \$	447 593 \$	930 839 \$	Total	
2010	492 258	—	492 258		
2011	468 594	—	468 594		
2012	477 576	—	477 576		
2013	451 486	—	451 486		
Total	2 373 160 \$	447 593 \$	2 820 753 \$		

10. Sanctions administratives pécuniaires

Les sanctions administratives pécuniaires imposées par l'ACFC ne constituent pas des produits disponibles et doivent être versées au Trésor. Les fonds ne sont pas mis à la disposition de l'ACFC et ne figurent pas dans le solde des liquidités disponibles. En conséquence, les sanctions n'ont aucun effet de réduction sur le montant que l'ACFC impose au secteur pour financer ses coûts de fonctionnement.

L'ACFC a perçu 76 000 \$ (101 000 \$ en 2007) de sanctions administratives pécuniaires au cours de l'exercice 2007-2008.

11. Financement du gouvernement

A compter de 2007-2008 et pour une période de deux ans, l'ACFC a droit à des crédits parlementaires conformément à l'autorisation donnée au paragraphe 13(3) de la Loi. Le financement a pour but d'élaborer et de diffuser du matériel didactique pour l'enseignement des connaissances financières de base, en particulier aux jeunes adultes, et pour faciliter la distribution du matériel en question et de l'information par l'intermédiaire de fournisseurs de services d'éducation financière. En 2007-2008, l'ACFC a reçu des crédits totalisant 943 915 \$ (aucun crédit en 2007).

De plus, l'ACFC effectue des opérations avec d'autres entités du gouvernement dans le cours normal de ses activités et selon les conditions commerciales usuelles qui s'appliquent à tous les particuliers et à toutes les entreprises. Le tableau qui suit résume l'incidence des opérations importantes entre apparentées de l'Agence sur les charges totales de l'exercice et les montants dus à (à recevoir de) ces apparentés, à la fin de l'exercice. Ces opérations sont évaluées d'après la valeur d'échange, c'est-à-dire la contrepartie établie et convenue par les apparentés.

2008		2007	
Apparences et nature du service fourni	Charges	Somme à payer (à recevoir)	Charges
Somme à payer (à recevoir)			
<b>TPSGC</b>			
Locaux	459 837 \$	— \$	455 581 \$
Gestion et technologie de l'information	37 748	8 453	340 317
Services de traduction	130 095	24 899	89 474
Autres services	15 636	(7 987)	59 967
	643 316	25 365	945 339
<b>Conseil du Trésor</b>			
Avantages sociaux	777 344	27 939	747 757
<b>SADC — Services professionnels</b>			
Gestion du centre d'appels	412 157	—	399 764
<b>BSIF — Services professionnels</b>			
Services financiers	127 355	—	121 275
Services de ressources humaines	125 599	—	105 489
Services de vérification interne	69 150	69 150	85 000
Services de recherche	30 000	—	20 018
	352 104	69 150	331 782
<b>Statistique Canada</b>			
Détachement d'un employé	—	25 524	—
<b>Ministère des Finances</b>			
Intérêts sur emprunt du Trésor	135 831	10 623	166 329
<b>Total</b>	<b>2 320 752 \$</b>	<b>158 601 \$</b>	<b>2 590 971 \$</b>
			<b>242 647 \$</b>

b) Indemnités de départ

Les données relatives au régime d'indemnités de départ de l'ACFC sont présentées dans le tableau qui suit.

	2008	2007
<b>Obligation au titre des indemnités constituées, début de l'exercice</b>	<b>365 928 \$</b>	<b>358 428 \$</b>
Coût des services rendus au cours de l'exercice	43 812	49 677
Intérêts débiteurs	16 479	15 836
Indemnités versées	(201)	(21 322)
Perte actuarielle	(34 462)	(36 691)
<b>Obligation au titre des indemnités constituées, fin de l'exercice<sup>1</sup></b>	<b>391 556</b>	<b>365 928</b>
Perte actuarielle nette non amortie	(65 197)	(104 437)
<b>Passif au titre des indemnités constituées</b>	<b>326 359 \$</b>	<b>261 491 \$</b>

<b>Charge nette du régime d'indemnités</b>	<b>43 812 \$</b>	<b>49 677 \$</b>
Coût des services rendus au cours de l'exercice	43 812	49 677
Intérêts débiteurs	16 479	15 836
Amortissement des pertes actuarielles nettes <sup>2</sup>	4 778	8 999
<b>Charge nette du régime d'indemnités</b>	<b>65 069 \$</b>	<b>74 512 \$</b>

<sup>1</sup> Le coût correspondant aux changements annuels apportés au passif au titre des indemnités constituées est recouvré au moyen des cotisations qui font l'objet de la note 3b afférente aux états financiers. Les montants perçus en sus des indemnités payées sont présentés dans le bilan, au titre des liquidités disponibles.

<sup>2</sup> La période d'amortissement représente la durée moyenne résiduelle d'activité des salariés actifs.

8. Opérations entre apparentés

L'ACFC est liée par propriété commune à tous les ministères, organismes et sociétés d'État du gouvernement du Canada. L'Agence a conclu des ententes touchant la prestation de services avec plusieurs ministères et une société d'État pour obtenir des services importants dont elle et son personnel ont besoin pour remplir son mandat. À l'heure actuelle, l'ACFC travaille avec les partenaires suivants :

- Travaux publics et Services gouvernementaux Canada (TPSGC);
- Société d'assurance-dépôts du Canada (SADC);
- Bureau du surintendant des institutions financières (BSIF).

Un taux d'actualisation de 4,25 % (4,25 % en 2007) a été utilisé pour établir l'obligation de l'Agence au titre des prestations constituées. Aux fins de l'évaluation du coût des services rendus au cours de l'exercice et de l'obligation au titre des prestations constituées au 31 mars 2008, la meilleure estimation de la direction à l'égard de l'augmentation générale des salaires est une augmentation économique annuelle de 2,5 % pour les années du régime 2009 et 2010 inclusivement (2,0 % en 2007 pour l'année du régime 2008). Par la suite, on prévoit une augmentation économique annuelle de 2,0 % (2,0 % en 2007). La durée moyenne résiduelle d'activité des salariés actifs couverts par le régime d'indemnités est de 14 ans (14 ans en 2007).



4. Incertitude relative à la mesure

La préparation des états financiers exige que la direction fasse des estimations et formule des hypothèses ayant une incidence sur les montants de l'actif, du passif, des produits et des charges présentés dans les états financiers. Au moment de la préparation des états financiers, la direction est d'avis que les estimations et les hypothèses sont raisonnables.

Les éléments les plus importants pour lesquels on utilise des estimations et des hypothèses sont les coûts des avantages, le passif global au titre des indemnités de départ et la durée de vie utile des immobilisations. Les résultats réels pourraient différer largement des estimations.

5. Immobilisations

Valeurs brutes comptables		Amortissement cumulé		Valeurs nettes comptables	
Catégorie	Soide d'ouverture	Ajouts	Soide de fermeture	Soide d'ouverture	Charge d'amortissement
Mobilier et agencements	532 801 \$	64 881 \$	597 682 \$	333 743 \$	79 711 \$
Améliorations locatives	435 560	83 744	519 304	382 843	47 083
Logiciels	91 075	—	91 075	73 361	13 459
Matériel de bureau	58 928	—	58 928	51 164	4 585
Matériel informatique	20 067	109 076	129 143	12 157	21 270
Total	1 138 431 \$	257 701 \$	1 396 132 \$	853 268 \$	166 108 \$
	1 138 431 \$	257 701 \$	1 396 132 \$	853 268 \$	166 108 \$
	20 067	109 076	129 143	12 157	21 270
	58 928	—	58 928	51 164	4 585
	91 075	—	91 075	73 361	13 459
	435 560	83 744	519 304	382 843	47 083
	532 801 \$	64 881 \$	597 682 \$	333 743 \$	79 711 \$
	435 560	83 744	519 304	382 843	47 083
	91 075	—	91 075	73 361	13 459
	58 928	—	58 928	51 164	4 585
	20 067	109 076	129 143	12 157	21 270
	1 138 431 \$	257 701 \$	1 396 132 \$	853 268 \$	166 108 \$
	1 138 431 \$	257 701 \$	1 396 132 \$	853 268 \$	166 108 \$
	20 067	109 076	129 143	12 157	21 270
	58 928	—	58 928	51 164	4 585
	91 075	—	91 075	73 361	13 459
	435 560	83 744	519 304	382 843	47 083
	532 801 \$	64 881 \$	597 682 \$	333 743 \$	79 711 \$
	435 560	83 744	519 304	382 843	47 083
	91 075	—	91 075	73 361	13 459
	58 928	—	58 928	51 164	4 585
	20 067	109 076	129 143	12 157	21 270
	1 138 431 \$	257 701 \$	1 396 132 \$	853 268 \$	166 108 \$
	1 138 431 \$	257 701 \$	1 396 132 \$	853 268 \$	166 108 \$
	20 067	109 076	129 143	12 157	21 270
	58 928	—	58 928	51 164	4 585
	91 075	—	91 075	73 361	13 459
	435 560	83 744	519 304	382 843	47 083
	532 801 \$	64 881 \$	597 682 \$	333 743 \$	79 711 \$
	435 560	83 744	519 304	382 843	47 083
	91 075	—	91 075	73 361	13 459
	58 928	—	58 928	51 164	4 585
	20 067	109 076	129 143	12 157	21 270
	1 138 431 \$	257 701 \$	1 396 132 \$	853 268 \$	166 108 \$
	1 138 431 \$	257 701 \$	1 396 132 \$	853 268 \$	166 108 \$
	20 067	109 076	129 143	12 157	21 270
	58 928	—	58 928	51 164	4 585
	91 075	—	91 075	73 361	13 459
	435 560	83 744	519 304	382 843	47 083
	532 801 \$	64 881 \$	597 682 \$	333 743 \$	79 711 \$
	435 560	83 744	519 304	382 843	47 083
	91 075	—	91 075	73 361	13 459
	58 928	—	58 928	51 164	4 585
	20 067	109 076	129 143	12 157	21 270
	1 138 431 \$	257 701 \$	1 396 132 \$	853 268 \$	166 108 \$
	1 138 431 \$	257 701 \$	1 396 132 \$	853 268 \$	166 108 \$
	20 067	109 076	129 143	12 157	21 270
	58 928	—	58 928	51 164	4 585
	91 075	—	91 075	73 361	13 459
	435 560	83 744	519 304	382 843	47 083
	532 801 \$	64 881 \$	597 682 \$	333 743 \$	79 711 \$
	435 560	83 744	519 304	382 843	47 083
	91 075	—	91 075	73 361	13 459
	58 928	—	58 928	51 164	4 585
	20 067	109 076	129 143	12 157	21 270
	1 138 431 \$	257 701 \$	1 396 132 \$	853 268 \$	166 108 \$
	1 138 431 \$	257 701 \$	1 396 132 \$	853 268 \$	166 108 \$
	20 067	109 076	129 143	12 157	21 270
	58 928	—	58 928	51 164	4 585
	91 075	—	91 075	73 361	13 459
	435 560	83 744	519 304	382 843	47 083
	532 801 \$	64 881 \$	597 682 \$	333 743 \$	79 711 \$
	435 560	83 744	519 304	382 843	47 083
	91 075	—	91 075	73 361	13 459
	58 928	—	58 928	51 164	4 585
	20 067	109 076	129 143	12 157	21 270
	1 138 431 \$	257 701 \$	1 396 132 \$	853 268 \$	166 108 \$
	1 138 431 \$	257 701 \$	1 396 132 \$	853 268 \$	166 108 \$
	20 067	109 076	129 143	12 157	21 270
	58 928	—	58 928	51 164	4 585
	91 075	—	91 075	73 361	13 459
	435 560	83 744	519 304	382 843	47 083
	532 801 \$	64 881 \$	597 682 \$	333 743 \$	79 711 \$
	435 560	83 744	519 304	382 843	47 083
	91 075	—	91 075	73 361	13 459
	58 928	—	58 928	51 164	4 585
	20 067	109 076	129 143	12 157	21 270
	1 138 431 \$	257 701 \$	1 396 132 \$	853 268 \$	166 108 \$
	1 138 431 \$	257 701 \$	1 396 132 \$	853 268 \$	166 108 \$
	20 067	109 076	129 143	12 157	21 270
	58 928	—	58 928	51 164	4 585
	91 075	—	91 075	73 361	13 459
	435 560	83 744	519 304	382 843	47 083
	532 801 \$	64 881 \$	597 682 \$	333 743 \$	79 711 \$
	435 560	83 744	519 304	382 843	47 083
	91 075	—	91 075	73 361	13 459
	58 928	—	58 928	51 164	4 585
	20 067	109 076	129 143	12 157	21 270
	1 138 431 \$	257 701 \$	1 396 132 \$	853 268 \$	166 108 \$
	1 138 431 \$	257 701 \$	1 396 132 \$	853 268 \$	166 108 \$
	20 067	109 076	129 143	12 157	21 270
	58 928	—	58 928	51 164	4 585
	91 075	—	91 075	73 361	13 459
	435 560	83 744	519 304	382 843	47 083
	532 801 \$	64 881 \$	597 682 \$	333 743 \$	79 711 \$
	435 560	83 744	519 304	382 843	47 083
	91 075	—	91 075	73 361	13 459
	58 928	—	58 928	51 164	4 585
	20 067	109 076	129 143	12 157	21 270
	1 138 431 \$	257 701 \$	1 396 132 \$	853 268 \$	166 108 \$
	1 138 431 \$	257 701 \$	1 396 132 \$	853 268 \$	166 108 \$
	20 067	109 076	129 143	12 157	21 270
	58 928	—	58 928	51 164	4 585
	91 075	—	91 075	73 361	13 459
	435 560	83 744	519 304	382 843	47 083
	532 801 \$	64 881 \$	597 682 \$	333 743 \$	79 711 \$
	435 560	83 744	519 304	382 843	47 083
	91 075	—	91 075	73 361	13 459
	58 928	—	58 928	51 164	4 585
	20 067	109 076	129 143	12 157	21 270
	1 138 431 \$	257 701 \$	1 396 132 \$	853 268 \$	166 108 \$
	1 138 431 \$	257 701 \$	1 396 132 \$	853 268 \$	166 108 \$
	20 067	109 076	129 143	12 157	21 270
	58 928	—	58 928	51 164	4 585
	91 075	—	91 075	73 361	13 459
	435 560	83 744	519 304	382 843	47 083
	532 801 \$	64 881 \$	597 682 \$	333 743 \$	79 711 \$
	435 560	83 744	519 304	382 843	47 083
	91 075	—	91 075	73 361	13 459
	58 928	—	58 928	51 164	4 585
	20 067	109 076	129 143	12 157	21 270
	1 138 431 \$	257 701 \$	1 396 132 \$	853 268 \$	166 108 \$
	1 138 431 \$	257 701 \$	1 396 132 \$	853 268 \$	166 108 \$
	20 067	109 076	129 143	12 157	21 270
	58 928	—	58 928	51 164	4 585
	91 075	—	91 075	73 361	13 459
	435 560	83 744	519 304	382 843	47 083
	532 801 \$	64 881 \$	597 682 \$	333 743 \$	79 711 \$
	435 560	83 744	519 304	382 843	47 083
	91 075	—	91 075	73 361	13 459
	58 928	—	58 928	51 164	4 585
	20 067	109 076	129 143	12 157	21 270
	1 138 431 \$	257 701 \$	1 396 132 \$	853 268 \$	166 108 \$
	1 138 431 \$	257 701 \$	1 396 132 \$	853 268 \$	166 108 \$
	20 067	109 076	129 143	12 157	21 270
	58 928	—	58 928	51 164	4 585
	91 075	—	91 075	73 361	13 459
	435 560	83 744	519 304	382 843	47 083
	532 801 \$	64 881 \$	597 682 \$	333 743 \$	79 711 \$
	435 560	83 744	519 304	382 843	47 083
	91 075	—	91 075	73 361	13 459
	58 928	—	58 928	51 164	4 585
	20 067	109 076	129 143	12 157	21 270
	1 138 431 \$	257 701 \$	1 396 132 \$	853 268 \$	166 108 \$
	1 138 431 \$	257 701 \$	1 396 132 \$	853 268 \$	166 108 \$
	20 067	109 076	129 143	12 157	21 270
	58 928	—	58 928	51 164	4 585
	91 075	—	91 075	73 361	13 459
	435 560	83 744	519 304	382 843	47 083
	532 801 \$	64 881 \$	597 682 \$	333 743 \$	79 711 \$
	435 560	83 744	519 304	382 843	47 083
	91 075	—	91 075	73 361	13 459
	58 928	—	58 928	51 164	4 585
	20 067	109 076	129 143	12 157	21 270
	1 138 431 \$	257 701 \$	1 396 132 \$	853 268 \$	166 108 \$
	1 138 431 \$	257 701 \$	1 396 132 \$	853 268 \$	166 108 \$
	20 067	109 076	129 143	12 157	21 270
	58 928	—	58 928	51 164	4 585
	91 075	—	91 075	73 361	13 459
	435 560	83 744	519 304	382 843	47 083
	532 801 \$	64 881 \$	597 682 \$	333 743 \$	79 711 \$
	435 560	83 744	519 304	382 843	47 083
	91 075	—	91 075	73 361	13 459
	58 928	—	58 928	51 164	4 585
	20 067	109 076	129 143	12 157	21 270
	1 138 431 \$	257 701 \$	1 396 132 \$	853 268 \$	166 108 \$
	1 138 431 \$	257 701 \$	1 396 132 \$	853 268 \$	166 108 \$
	20 067	109 076	129 143	12 157	21 270
	58 928	—	58 928	51 164	4 585
	91 075	—	91 075	73 361	13 459
	435 560	83 744	519 304	382 843	47 083
	532 801 \$	64 881 \$	597 682 \$	333 743 \$	79 711 \$
	435 560	83 744	519 304	382 843	47 083
	91 075	—	91 075	73 361	13 459
	58 928	—	58 928	51 164	4 585
	20 067	109 076	129 143	12 157	21 270
	1 138 431 \$	257 701 \$	1 396 132 \$	853 268 \$	166 108 \$
	1 138 431 \$	257 701 \$	1 396 132 \$	853 268 \$	166 108 \$
	20 067				

iii) Indemnités de départ

Dans le cadre d'un régime d'indemnités de départ, lorsque leur emploi prend fin, les employés ont droit à certaines indemnités conformément à leurs conditions d'emploi. Le coût des indemnités s'accumule au fur et à mesure que les employés rendent les services ouvrant droit aux indemnités de départ. Ces indemnités sont la seule obligation de l'ACFC qui l'amène à effectuer des paiements ultérieurs.

d) Liquidités disponibles

pendant leur emploi ou après avoir pris leur retraite. Le Régime de soins de santé de la fonction publique et le Régime de services dentaires pour les pensionnés sont les deux grands régimes dont les employés et les retraités de l'ACFC peuvent se prévaloir. Pour ces deux régimes également, la responsabilité de l'ACFC se limite à ses cotisations.

Le coût des indemnités de départ est établi par calcul actuariel le 31 mars de chaque année, à l'aide de la méthode de répartition des indemnités au prorata des services. L'évaluation du passif est fondée sur un taux d'actualisation courant et d'autres hypothèses actuarielles, qui représentent les meilleures estimations à long terme de la direction concernant des facteurs comme les futures augmentations salariales et le taux de démission des employés. L'excédent de tout gain actuariel net (toute perte actuarielle nette) supérieur à 10 % de l'obligation au titre des indemnités est amorti sur la durée moyenne résiduelle d'activité des salariés actifs.

iii) Autres avantages futurs

Le gouvernement fédéral parraine divers autres régimes d'avantages futurs dont les employés actuellement en poste et les anciens employés peuvent bénéficier

f) Immobilisations

Toutes les immobilisations sont comptabilisées initialement au coût d'acquisition. L'amortissement des immobilisations est calculé selon la méthode linéaire et étalé sur la durée de vie utile estimative des éléments d'actif, de la façon suivante :

e) Cotisations à recevoir

L'ACFC ne possède pas son propre compte bancaire. Toutes les opérations financières de l'Agence passent par le Trésor, un mécanisme bancaire administré par le receveur général du Canada. Les liquidités disponibles de l'ACFC représentent le montant que l'Agence a le droit de retirer du Trésor sans autre autorisation. Ce montant ne produit pas d'intérêts.

Période d'amortissement

Mobilier et agencements	7 ans
Améliorations locatives	moins de la durée de vie utile ou de la durée du bail
Logiciels	5 ans
Matériel de bureau	4 ans
Matériel informatique	3 ans

### 3. Résumé des principales méthodes comptables

#### a) Présentation

Les présents états financiers ont été préparés conformément aux principes comptables généralement reconnus du Canada pour le secteur privé.

#### b) Comptabilisation des produits

L'Agence est titulaire des cotisations des institutions financières pour financer ses coûts de fonctionnement, y compris le coût des avantages sociaux futurs. L'ACFC

rapproche ses produits de ses coûts de fonctionnement. Les cotisations qui ont été facturées, et au regard desquelles aucun coût n'a été engagé, sont inscrites au titre de produits reportés sur le bilan.

Les **cotisations** sont établies chaque année d'après une estimation des coûts de fonctionnement de l'exercice en cours et compte tenu d'un rajustement pour tout écart entre les coûts évalués pour l'exercice précédent et les coûts réels. Le processus de cotisation se déroule avant le 31 décembre de chaque année, conformément au paragraphe 18(1) de la Loi. Par conséquent, au 31 mars de chaque année, les montants peuvent avoir été perçus avant l'engagement des coûts ou, autrement, les fonds peuvent être dus à l'Agence pour financer ses coûts de fonctionnement.

Le commissaire de l'ACFC peut dresser des procès-verbaux de violation et imposer des **sanctions administratives pécuniaires**, lorsqu'il est d'avis qu'il y a eu violation des dispositions visant les consommateurs ou non-respect d'une entente de conformité

#### c) Avantages sociaux futurs

##### i) Prestations de retraite

conclue en vertu d'une loi figurant à l'annexe 1 de la Loi sur l'Agence de la consommation en matière financière du Canada. Une sanction peut représenter jusqu'à 50 000 \$ pour un particulier et 200 000 \$ pour une institution. Les sanctions imposées par l'ACFC ne constituent pas des produits disponibles et doivent être versées au Trésor. Les fonds ne sont pas mis à la disposition de l'ACFC et ne figurent pas dans le solde des liquidités disponibles. En conséquence, les sanctions n'ont aucun effet de réduction sur le montant que l'ACFC impose au secteur pour financer ses coûts de fonctionnement.

Les employés admissibles de l'ACFC participent au Régime de retraite de la fonction publique, géré par le gouvernement du Canada. Ils peuvent également toucher des prestations de retraite supplémentaires conformément à la Loi sur les régimes de retraite particuliers. Les prestations de retraite s'accumulent sur une période maximale de 35 ans, au taux de 2 % par année de service ouvrant droit à pension, multiplié par la moyenne des 5 meilleures années salariales consécutives. Les prestations sont intégrées à celles du Régime de pensions du Canada et du Régime de rentes du Québec, et elles sont indexées à l'inflation. Tant les employés que l'ACFC cotisent au Régime. La responsabilité de l'ACFC à l'égard du Régime se limite à ses cotisations. Les excédents ou les déficits actuariels sont constatés dans les états financiers du gouvernement du Canada, à titre de parrain du Régime.



L'adoption de ce chapitre n'a pas eu d'effet sur la présentation de l'avoir de l'ACFC, car il n'y a pas eu d'opérations devant être présentées dans les autres éléments du résultat étendu ni de variations de l'avoir.

**b) Futurs changements comptables**

Le 1<sup>er</sup> décembre 2006, l'ICGA a publié trois nouvelles normes comptables dans son Manuel : le chapitre 1535, « Informations à

fournir concernant le capital »; le chapitre 3862, « Instruments financiers — informations à fournir »; et le chapitre 3863, « Instruments financiers — présentation ». Ces normes s'appliquent aux états financiers de l'ACFC à compter de l'exercice ouvert le 1<sup>er</sup> avril 2008. Le chapitre 1535 établit les informations que l'entité doit fournir : (i) les objectifs, politiques et procédures de gestion de son capital; (ii) des données quantitatives sur les éléments relevant de sa gestion du capital; (iii) si l'entité est soumise à des exigences concernant son capital; et (iv) si elle ne les a pas respectées, les conséquences. Les nouveaux chapitres 3862 et 3863 du Manuel, qui remplacent le chapitre 3861, « Instruments financiers — informations à fournir et présentation », révisent et élargissent les exigences relatives aux informations à fournir tandis que les exigences relatives à la présentation demeurent les mêmes. Ces nouveaux chapitres mettent davantage l'accent sur les informations relatives à la nature et à l'étendue des risques découlant des instruments financiers et sur la façon dont l'entité gère ces risques.

L'ACFC est en train d'évaluer l'effet de ces nouvelles normes sur ses états financiers.

créditeurs et charges à payer sont classées comme autres passifs financiers. Les catégories choisies n'ont pas exigé d'ajustement transitoire en vertu du chapitre 3855.

Lors de l'adoption du chapitre 3855, l'ACFC a examiné tous les contrats qui avaient été passés et qui étaient en cours le 31 mars 2008. Elle n'a trouvé aucun dérivé intégré devant être présenté séparément.

Le chapitre 1530, « Résultat étendu », décrit les exigences en matière de rapport et de divulgation, qui sont relatives au résultat étendu et à ses éléments. Le résultat étendu de l'ACFC est composé du résultat net et des autres éléments du résultat étendu. Le chapitre exige que certains gains et pertes non réalisés découlant de variations de juste valeur de certains instruments financiers qui, autrement, seraient comptabilisés en résultat net, soient présentés dans les autres éléments du résultat étendu jusqu'à ce que les instruments financiers aient été décomptabilisés. Tout nouveau solde des autres éléments du résultat étendu est alors comptabilisé en résultat net.

L'adoption de ce chapitre n'a pas d'incidence comptable sur l'ACFC, car il n'y a pas eu d'opérations devant être présentées dans les autres éléments du résultat étendu.

Le chapitre 3251, « Capitaux propres », établit les critères de présentation des capitaux propres et des variations de capitaux propres au cours de l'exercice considéré en raison de l'application du chapitre 1530, « Résultat étendu ».

## 2. Changements de méthodes comptables

### a) Adoption de nouvelles normes comptables

Le 1<sup>er</sup> avril 2007, l'ACFC a adopté les nouveaux chapitres suivants du Manuel de l'Institut Canadien des Comptables Agréés (ICCA) : 1530, « Résultat étendu », 3251, « Capitaux propres », 3855, « Instruments financiers — comptabilisation et évaluation », et 3861, « Instruments financiers — informations à fournir et présentation ». Ces chapitres établissent les normes relatives à la comptabilisation, à l'évaluation, à la divulgation et à la présentation des autres éléments du résultat étendu, des capitaux propres, des actifs financiers, des passifs financiers, des dérivés et des dérivés non financiers. Ces normes doivent être appliquées rétrospectivement sans retraitement des états financiers des exercices antérieurs, les ajustements transitoires étant comptabilisés dans le solde d'ouverture des bénéfices non répartis. Par conséquent, les chiffres correspondants des états financiers n'ont pas été retraités. Le 1<sup>er</sup> avril 2007, aucun ajustement transitoire n'avait été apporté au solde d'ouverture des bénéfices non répartis en raison de l'adoption de ces nouveaux chapitres. Les principaux changements de méthodes comptables découlant de l'adoption de ces nouvelles normes sont décrits ci-dessous.

Le chapitre 3855, « Instruments financiers — comptabilisation et évaluation » établit les critères de comptabilisation, de décomptabilisation, d'évaluation et de classement des instruments financiers. Selon la nouvelle norme, tous les instruments financiers

doivent être classés dans l'une des catégories suivantes : actifs financiers détenus à des fins de transaction, détenus jusqu'à leur échéance, disponibles à la vente ou prêts et créances; et les passifs financiers détenus à des fins de transaction, ou comme autres passifs financiers. Selon les dispositions transitoires, lors de leur comptabilisation initiale, les actifs et les passifs financiers doivent être évalués à leur juste valeur. L'évaluation ultérieure et les variations de juste valeur dépendent de leur désignation ou de leur classement initial, selon les raisons pour lesquelles les instruments financiers ont été acquis et selon leurs caractéristiques. À l'exception de circonstances très limitées, le classement ne doit pas changer à la suite de la comptabilisation initiale. Les instruments financiers détenus à des fins de transaction sont ultérieurement évalués à leur juste valeur et tous les gains et pertes sont comptabilisés en résultat net dans l'exercice où ils se produisent. Les instruments financiers disponibles à la vente sont ultérieurement évalués à leur juste valeur et les gains et pertes découlant de la réévaluation sont inclus dans les autres éléments du résultat étendu jusqu'à ce que l'instrument ait été décomptabilisé ou qu'il ait subi une dépréciation et, dans ce cas, les montants seraient comptabilisés en résultat net. Les actifs financiers détenus jusqu'à leur échéance, les prêts et créances, et les autres passifs sont évalués ultérieurement au coût après amortissement.

En raison de l'adoption de ces normes, l'ACFC a désigné les liquidités disponibles comme étant détenues à des fins de transaction. Ses cotisations à recevoir sont classées comme prêts et créances, et les

## Notes afférentes aux états financiers

Exercice terminé le 31 mars 2008

### 1. Mandat et objectifs

Le 24 octobre 2001, la Loi sur l'Agence de la consommation en matière financière du Canada (la Loi) est entrée en vigueur,

constituant l'Agence de la consommation en matière financière du Canada (l'ACFC ou

l'Agence). L'Agence de la consommation en matière financière du Canada est chargée

de renforcer la surveillance des mesures de protection des consommateurs dans le

secteur des services financiers sous réglementation fédérale et de diversifier les

activités d'éducation des consommateurs. Elle est un organisme du gouvernement

du Canada et, à ce titre, elle figure à l'annexe I.1 de la Loi sur la gestion des

finances publiques.

Le mandat de l'ACFC est énoncé dans la Loi sur l'Agence de la consommation en matière financière du Canada et il consiste en ce qui suit :

- a) **superviser** les institutions financières pour s'assurer qu'elles se conforment aux dispositions visant les consommateurs qui leur sont applicables;
- b) **inciter** les institutions financières à se doter de politiques et de procédures pour mettre en œuvre les dispositions visant les consommateurs qui leur sont applicables;
- c) **surveiller** la mise en œuvre des codes de conduite volontaires accessibles au public qui sont adoptés par les institutions financières en vue de

- d) **sensibiliser** les consommateurs aux obligations applicables aux institutions financières assujetties aux dispositions visant les consommateurs;
- e) **favoriser**, en collaboration avec les ministères, sociétés mandataires ou organismes fédéraux ou provinciaux, les organisations de consommateurs ou autres, la compréhension des services financiers et des questions qui s'y rapportent.

Le paragraphe 18(3) de la Loi prévoit que le secteur finance les coûts de fonctionnement de l'Agence au moyen de cotisations. Les activités de l'ACFC sont en règle générale entièrement financées de cette façon. L'ACFC est néanmoins autorisée à recevoir des crédits parlementaires conformément à l'autorisation donnée au paragraphe 13(3) de la Loi.

Les produits que l'ACFC tire des cotisations sont exigés conformément au Règlement sur les cotisations des institutions financières (Agence de la consommation en matière financière du Canada), qui énonce la méthode servant à déterminer la cotisation de chaque institution.

L'Agence gère ses besoins en fonds de roulement en empruntant des fonds du gouvernement du Canada conformément à l'autorisation donnée au paragraphe 13(1) de la Loi.



## État des flux de trésorerie

Exercice terminé le 31 mars 2008

	Note	2008	2007
<b>FLUX DE TRÉSORERIE LIÉS AUX ACTIVITÉS D'EXPLOITATION</b>			
Encaissements provenant des institutions financières		8 411 892 \$	7 360 815 \$
et d'autres ministères du gouvernement			
Décaissements destinés aux fournisseurs et aux employés		(8 495 014)	(7 070 188)
Intérêts payés	8	(135 831)	(166 304)
Sanctions administratives pécuniaires non disponibles versées au Trésor	10	(76 000)	(101 000)
<b>Liquidités générées par les (affectées aux) activités d'exploitation</b>		<b>(294 953)</b>	<b>23 323</b>
<b>ACTIVITÉS D'INVESTISSEMENT</b>			
Acquisition d'immobilisations	5	(257 701)	(104 510)
<b>Liquidités affectées aux activités d'investissement</b>		<b>(257 701)</b>	<b>(104 510)</b>
<b>ACTIVITÉS DE FINANCEMENT</b>			
Nouveaux emprunts		4 000 000	5 000 000
Remboursements		(4 000 000)	(5 000 000)
<b>Liquidités affectées aux activités de financement</b>		<b>—</b>	<b>—</b>
<b>DIMINUTION NETTE DES LIQUIDITÉS DISPONIBLES</b>		<b>(552 654)</b>	<b>(81 187)</b>
<b>LIQUIDITÉS DISPONIBLES AU DÉBUT DE L'EXERCICE</b>		<b>1 476 015</b>	<b>1 557 202</b>
<b>LIQUIDITÉS DISPONIBLES À LA FIN DE L'EXERCICE</b>		<b>923 361 \$</b>	<b>1 476 015 \$</b>

Les notes complémentaires font partie intégrante des présents états financiers.

## État des résultats, du résultat étendu et des bénéfices non répartis

Exercice terminé le 31 mars 2008

	Note	2008	2007
<b>PRODUITS</b>			
Cotisations		6 931 811 \$	8 025 626 \$
Autres produits		10	13 618
<b>Total des produits</b>		<b>6 931 821</b>	<b>8 039 244</b>
<b>CHARGES</b>			
Salaires et avantages sociaux		4 394 360	4 142 349
Services professionnels		1 704 497	1 822 356
Locaux		715 424	594 860
Frais administratifs et autres		466 123	676 507
Gestion et technologie de l'information		340 311	509 745
Intérêts	8	135 831	166 329
Déplacements		119 190	127 098
<b>Total des charges</b>		<b>7 875 736</b>	<b>8 039 244</b>
<b>Résultats d'exploitation avant le financement public et les sanctions administratives pécuniaires</b>		<b>(943 915)</b>	<b>—</b>
Financement du gouvernement	11	943 915	—
<b>Résultats d'exploitation avant les sanctions administratives pécuniaires</b>		<b>—</b>	<b>—</b>
Sanctions administratives pécuniaires	10	76 000	101 000
Sanctions administratives pécuniaires réalisées pour le compte du gouvernement	10	(76 000)	(101 000)
<b>Résultats d'exploitation nets et résultat étendu</b>		<b>—</b>	<b>—</b>
<b>BÉNÉFICES NON RÉPARTIS AU DÉBUT DE L'EXERCICE</b>		<b>—</b>	<b>—</b>
<b>BÉNÉFICES NON RÉPARTIS À LA FIN DE L'EXERCICE</b>		<b>— \$</b>	<b>— \$</b>

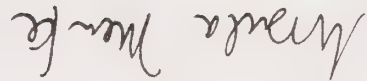
Les notes complémentaires font partie intégrante des présents états financiers.

**Bilan**

31 mars 2008

Les notes complémentaires font partie intégrante des présents états financiers.

Ursula Menke



Approuvé par :  
La commissaire de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada,

Obligations contractuelles

9

TOTAL DU PASSIF ET DE L'AVOIR DU CANADA			2 603 589 \$	2 058 784 \$
Avoir du Canada			—	—
Total du passif			2 603 589	2 058 784
Avantages sociaux futurs			326 359	261 491
Produits reportés			1 050 823	—
Créditeurs et charges à payer			1 226 407 \$	1 797 293 \$
À court terme				
PASSIF				
TOTAL DE L'ACTIF			2 603 589 \$	2 058 784 \$
Immobilisations			376 756	285 163
Autres actifs			49 944	119 042
Cotisations constatées			—	128 244
Cotisations à recevoir			1 253 528	50 320
Liquidités disponibles			923 361 \$	1 476 015 \$
À court terme				
ACTIF				
Note	2008	2007		



Auditor General of Canada  
Verificatrice générale du Canada



## RAPPORT DU VÉRIFICATEUR

Au ministre des Finances

J'ai vérifié le bilan de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada au 31 mars 2008 et l'état des résultats, du résultat étendu et des bénéfices non répartis et l'état des flux de trésorerie de l'exercice terminé à cette date. La responsabilité de ces états financiers incombe à la direction de l'Agence. Ma responsabilité consiste à exprimer une opinion sur ces états financiers en me fondant sur ma vérification.

Ma vérification a été effectuée conformément aux normes de vérification généralement reconnues du Canada. Ces normes exigent que la vérification soit planifiée et exécutée de manière à fournir l'assurance raisonnable que les états financiers sont exempts d'inexactitudes importantes. La vérification comprend le contrôle par sondages des éléments probants à l'appui des montants et des autres éléments d'information fournis dans les états financiers. Elle comprend également l'évaluation des principes comptables suivis et des estimations importantes faites par la direction, ainsi qu'une appréciation de la présentation d'ensemble des états financiers.

À mon avis, ces états financiers donnent, à tous les égards importants, une image fidèle de la situation financière de l'Agence au 31 mars 2008 ainsi que des résultats de son exploitation et de ses flux de trésorerie pour l'exercice terminé à cette date selon les principes comptables généralement reconnus du Canada.

Pour la vérificatrice générale du Canada,

Michael A. Pickup, CA  
directeur principal

Ottawa, Canada  
Le 23 mai 2008

## Responsabilité de la direction à l'égard des états financiers

La direction de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada (ACFC) est responsable de l'intégrité et de l'objectivité des états financiers ci-joints, et de leur concordance avec tous les autres renseignements figurant dans le présent rapport annuel.

Ces états financiers, qui contiennent des montants établis d'après les meilleures estimations de la direction, déterminées par l'expérience et le jugement, ont été préparés conformément aux principes comptables généralement reconnus du Canada pour le secteur privé. La direction a élaboré et tenu à jour des livres comptables, des registres, des contrôles internes, des pratiques de gestion et des systèmes d'information conçus pour offrir l'assurance raisonnable que les actifs sont protégés et contrôlés, que les ressources sont gérées de façon économique et efficiente aux fins de l'atteinte des objectifs de l'organisme, et que les opérations sont effectuées conformément à la *Loi sur la gestion des finances publiques* et aux règlements connexes, ainsi qu'aux politiques et aux obligations légales de l'ACFC.

La vérificatrice générale du Canada, qui est le vérificateur indépendant du gouvernement du Canada, a vérifié les états financiers de l'ACFC, et elle rend compte de sa vérification au ministre des Finances.

La commissaire de  
l'Agence de la consommation en matière  
financière du Canada,

*Ursula Menke*

Ursula Menke

La commissaire adjointe par intérim de  
l'Agence de la consommation en matière  
financière du Canada,

*S.A. Murray*

Susan Murray

Ottawa, Canada  
Le 23 mai 2008

L'ACFC continue à souscrire au concept des accords de services communs et elle a pris des dispositions avec les organismes suivants :

- le Bureau du surintendant des institutions financières pour les ressources humaines, la gestion comptable et l'administration, les services de vérification interne et les services de recherche;
- la Société d'assurance-dépôts du Canada pour un centre d'appels conjoint.

Ces partenariats stratégiques donnent à l'Agence la souplesse requise pour gérer des programmes en évolution de la manière la plus rentable et la plus efficiente possible.

services de TI. Les dépenses relatives aux honoraires des consultants en TI, dont les services ont été retenus pour l'élaboration du portail Web de l'initiative de littératie financière (La Clik Économik) et pour la mise en œuvre du système de gestion des dossiers, des documents et de l'information, ont aussi réduit les économies au chapitre du coût global de la TI.

Les frais d'intérêt ont baissé d'environ 30 000 \$ par rapport à 2006-2007 en raison de la diminution du montant non réglé du prêt exigible au cours de l'exercice.

Depuis sa création, conformément au principe de gestion qui la guide, l'Agence met l'accent sur l'exécution des programmes prévus par la loi qui la régit. Nous avons donc opté pour la formule des services communs ou partagés en ce qui concerne les services organisationnels généraux, lorsqu'elle est valable du point de vue de la rentabilité. La structure de coûts de l'ACFC peut donc varier par rapport à celle d'autres organisations fédérales en raison de son utilisation de services communs ou partagés. Les dépenses liées à ces services sont comptabilisées au titre des services professionnels et non des ressources humaines comme ce serait le cas si les services étaient fournis par le personnel de l'Agence.



## Points saillants 2007-2008

L'Agence de la consommation en matière financière du Canada (ACFC) est un organisme fédéral essentiellement financé par les cotisations que versent les institutions financières sous réglementation fédérale. En 2007-2008, l'ACFC a reçu des fonds additionnels du gouvernement pour la mise en œuvre d'une priorité gouvernementale spécifique. Ce financement a été prévu afin que l'Agence « élabore, partage et facilite la diffusion, entre les fournisseurs de services d'éducation financière et autres tiers, de l'information et du matériel didactique pour l'acquisition des connaissances financières de base, surtout chez les jeunes »<sup>4</sup>.

précédent n'ont pas été réalisés de nouveau en 2007-2008. En effet, certaines de ces activités ne sont menées qu'à des intervalles de deux ou trois ans. La baisse a été partiellement neutralisée par l'ajout de services professionnels dans le cadre de l'initiative de littératie financière.

Les dépenses relatives aux locaux ont augmenté d'environ 120 000 \$ par rapport à 2006-2007, partiellement en raison de l'amortissement accru lié aux améliorations locales et de la hausse du coût d'entreposage et de traitement des publications de l'ACFC. Les améliorations locales apportées en 2007-2008 s'imposaient pour répondre aux besoins du personnel affecté à l'initiative de littératie financière.

Les dépenses administratives et autres ont diminué d'environ 210 000 \$ par rapport à 2006-2007, principalement à cause de la baisse des coûts d'impression. Plusieurs travaux d'impression relatifs à certaines des principales publications de l'ACFC n'ont pas été réalisés de nouveau en 2007-2008.

Les coûts associés à la gestion et à la technologie de l'information ont été inférieurs à ceux de l'année précédente d'environ 302 000 \$. L'ACFC a pris en charge les services de TI, dont la prestation était assurée auparavant par Travaux publics et Services gouvernementaux Canada, pour garantir un niveau de sécurité accru et mieux répondre aux besoins changeants de l'Agence en matière de TI.

Il convient de noter que les coûts associés aux salaires et aux avantages sociaux des membres de l'équipe de la TI de l'ACFC ont amoindri la réduction du coût global des de sensibilisation menés au cours de l'exercice

Les dépenses relatives aux services professionnels ont baissé d'environ 118 000 \$ par rapport à 2006-2007. Cela tient au fait que bon nombre de sondages, une activité liée à l'assurance de la qualité et plusieurs initiatives de sensibilisation menés au cours de l'exercice

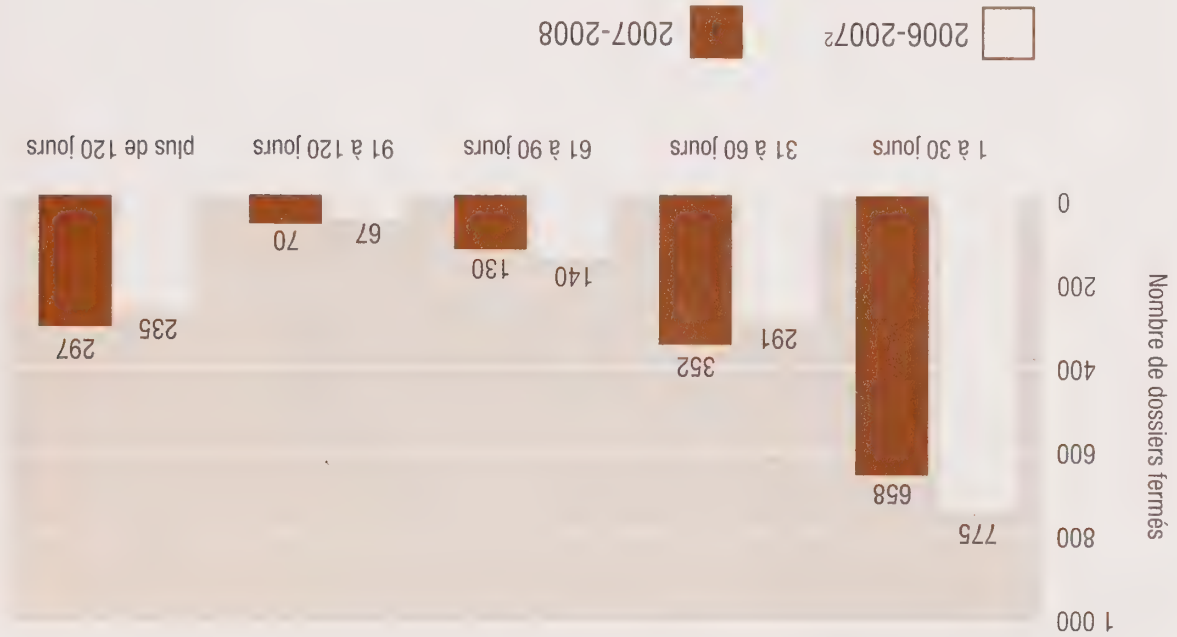
recrutement a été plus long que prévu. certain temps, car le temps pris pour le certains postes sont restés vacants pendant un personnel et d'autres situations expliquent que de littératie financière. Cette réaffectation du confier des tâches dans le cadre de l'initiative membres du personnel de l'Agence se sont vu moins importante que prévu puisque certains l'information (TI). La hausse est cependant littératie financière et à la technologie de dotation des postes associés à l'initiative de hausse comprend les dépenses liées à la 252 000 \$ par rapport à 2006-2007. Cette ressources humaines ont augmenté de Les dépenses de l'Agence en matière de

**États**  
**financiers**

## Direction de la conformité et de l'application

La Direction de la conformité et de l'application traite les dossiers liés à la conformité le plus efficacement et rapidement possible. Comme le montre la **figure 8**, au cours de l'exercice écoulé, la Direction a fermé 44 p. 100 des dossiers dans un délai de 30 jours ouvrables. Environ 67 p. 100 de l'ensemble des dossiers ont été fermés dans un délai de 60 jours ouvrables.

**Figure 8 : Temps nécessaire pour fermer un dossier relatif à une question de conformité<sup>1</sup>**



<sup>1</sup> Comprend les plaintes et les demandes de renseignements des consommateurs, les plaintes signalées par les institutions et les dépôts de documents. Ne comprend pas les demandes des médias.

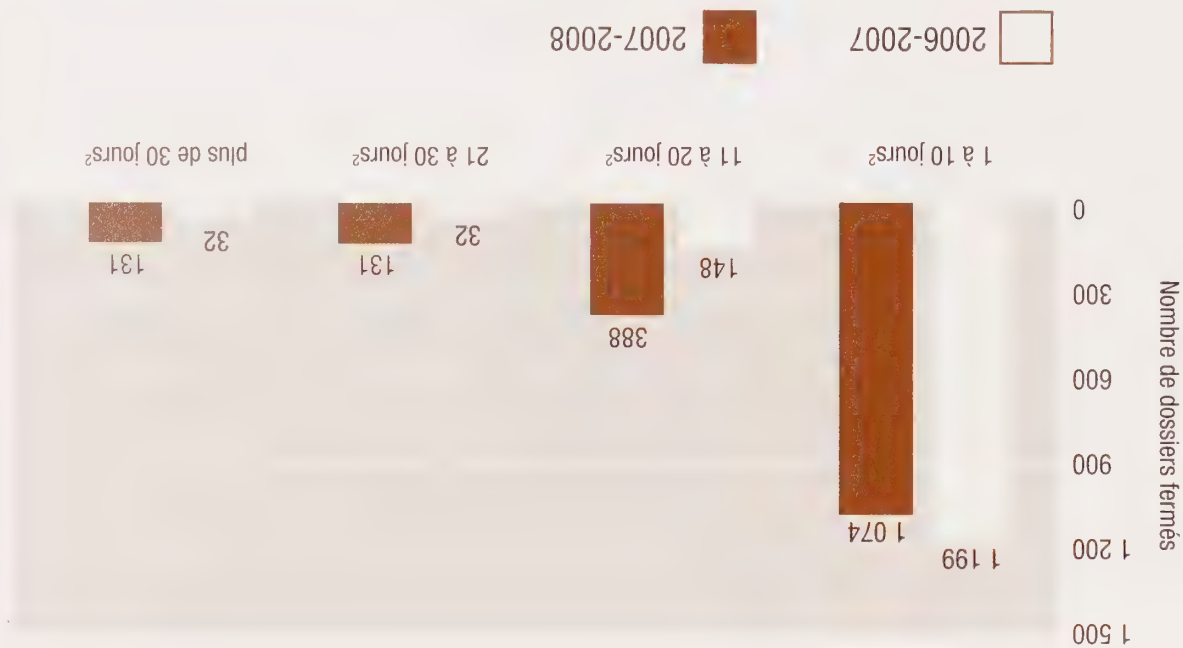
<sup>2</sup> Les chiffres se rapportant à 2006-2007 ont été rajustés depuis la parution du Rapport annuel 2006-2007 pour présenter un tableau plus exact des activités menées au cours de cette année.



## Unité de la correspondance

L'Unité de la correspondance donne suite aux courriels et aux lettres des consommateurs. Pour des détails, voir la figure 7.

Figure 7 : Temps nécessaire pour fermer un dossier après la réception d'une communication<sup>1</sup> ou la visite d'un consommateur, pour des questions autres que la conformité



<sup>1</sup> Comprend les lettres, les courriels et les télécopies, ainsi que les appels téléphoniques exigeant une réponse par écrit. Ne comprend pas les demandes des médias et les communications liées aux activités de liaison externe.

<sup>2</sup> Dans les années précédentes, les catégories utilisées pour faire rapport sur cette mesure étaient exprimées en multiples de 7 jours. Le changement à des multiples de 10 jours est conforme au plan d'activités actuel de l'ACFC. L'Agence a vérifié auprès de plusieurs sources que ses engagements en matière de service et ses délais de réponse cibles continuaient à respecter des lignes directrices appropriées. Les chiffres pour 2006-2007 ont été rajustés en conséquence.

## Service aux consommateurs

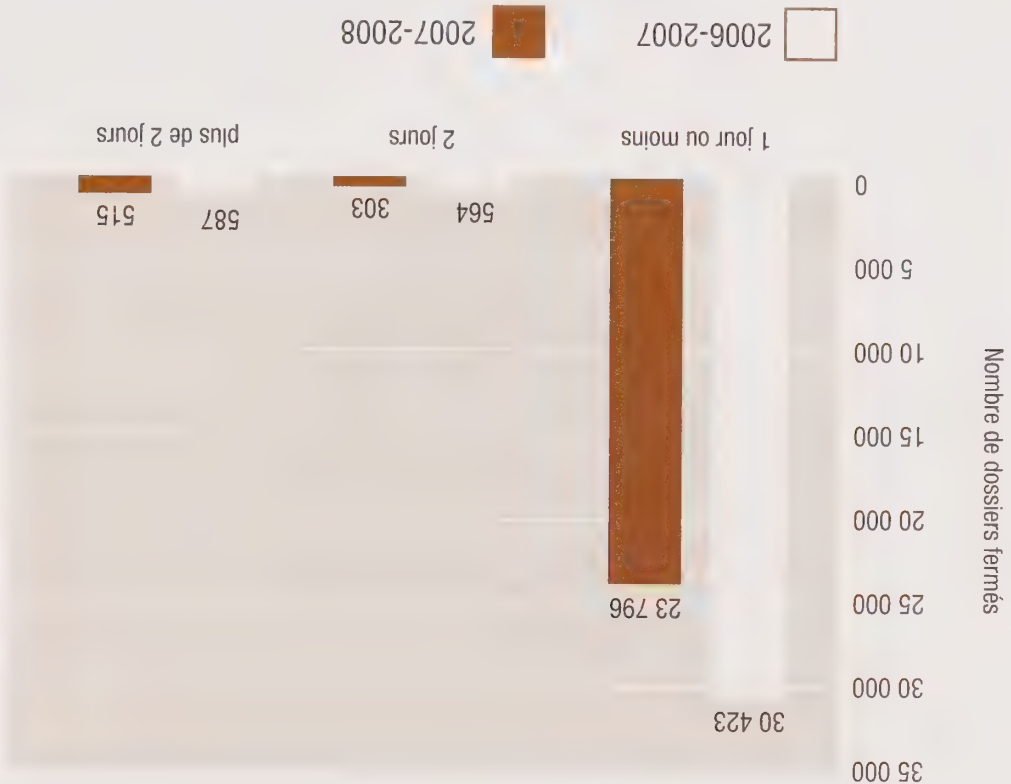
### Centre de communications avec les consommateurs

Nous suivons notre rendement du point de vue du service aux consommateurs dans trois principaux secteurs d'activité : le Centre de communications avec les consommateurs, l'Unité de la correspondance et la Direction de la conformité et de l'application.

Le Centre de communications avec les consommateurs répond aux demandes de renseignements par téléphone sur une vaste gamme de sujets liés aux questions, aux services et aux produits financiers.

La **figure 6** montre que plus de 96 p. 100 des demandes de renseignements par téléphone ont été traitées le même jour au cours de l'exercice écoulé.

**Figure 6 : Temps nécessaire pour fermer un dossier relatif à un appel téléphonique reçu par le Centre de communications avec les consommateurs<sup>1</sup>**



<sup>1</sup> Ne comprend pas les demandes des médias et les communications liées aux activités de liaison externe et aux questions de conformité.

# Rendement de l'ACFC





Les rapports sont présentés au Comité de vérification de l'Agence au moins une fois par an. Notre plan d'activités 2007-2009 fait état de certains des principaux risques, ainsi que des stratégies que nous appliquons pour les réduire.

## Gérance rigoureuse

Nous continuons de travailler avec le Bureau du surintendant des institutions financières pour assurer nos services financiers, nos services de ressources humaines, nos services de bibliothèque et nos services de vérification interne. Le Bureau du vérificateur général du Canada se charge de la vérification annuelle de nos états financiers. Toutes les vérifications et tous les documents s'y rattachant sont présentés au Comité de vérification de l'ACFC.

Après avoir actualisé le profil de risque

organisationnel et la matrice des risques liés aux processus administratifs de l'Agence, nous avons mis à jour son plan de vérification interne pluriannuel. Nous avons aussi mené notre quatrième vérification interne, qui était axée sur le Centre de communications avec les consommateurs.

Nous avons amorcé notre autoévaluation du cadre de responsabilisation de gestion en mettant au point un modèle pour les 21 éléments examinés. Nous avons évalué trois de ces éléments en 2007-2008, et nous prévoyons terminer l'autoévaluation en 2008-2009.

Dans d'autres domaines de la gérance, nous avons amélioré notre capacité à rendre compte de programmes de l'ACFC de manière à ce que la haute direction continue à disposer de l'information dont elle a besoin pour prendre des décisions éclairées.

Pour assurer la surveillance de nos activités, nous produisons régulièrement des rapports statistiques et des rapports de gestion. Nous produisons aussi des fiches de rendement trimestrielles pour faire état de données et d'indicateurs particuliers, conformément au plan d'activités.

En 2006-2007, nous avons mené une « enquête mystère » pour évaluer le rendement des agents du service à la clientèle du Centre de communications avec les consommateurs. À la suite de cette enquête, nous avons préparé des documents de formation à l'intention des agents, et nous les avons distribués en 2007-2008. Nous avons poursuivi l'examen de nos activités — en particulier celles du Centre et de l'Unité de la correspondance — afin d'être sûrs de respecter nos engagements du point de vue du service aux consommateurs.

## Ressources humaines

Nous avons examiné notre plan des ressources humaines en 2007-2008. Nous avons évalué un large éventail d'éléments, dont les postes essentiels, les départs à la retraite prévus, les nouveaux postes requis d'après le plan d'activités, les compétences fondamentales, les besoins en matière de formation et les possibilités de perfectionnement. À la suite de l'examen, nous avons complété le plan de dotation de l'Agence pour 2008-2009.

En 2007-2008, nous avons de nouveau mené un sondage auprès de nos employés pour recueillir leur point de vue sur diverses questions organisationnelles et pour connaître leur niveau de satisfaction à l'égard de ces questions.

## Gestion intégrée du risque

Nous avons élaboré ou actualisé des rapports de suivi qui servent à surveiller notre mise en œuvre des activités d'atténuation des risques.

gestion et de responsabilisation axé sur les résultats (CGRR). Le cas échéant, nous mettons en œuvre et tenons à jour notre plan d'action pour améliorer nos procédés de gestion. Cette année, nous avons axé nos efforts sur les domaines qui suivent.

## Information intégrée sur le rendement

Le CGRR demeure la pierre angulaire de la stratégie d'évaluation du rendement de l'ACFC. Le cadre comprend :

- un modèle logique qui décrit le programme de l'ACFC du point de vue des activités planifiées, des produits connexes et des résultats escomptés;
- une stratégie d'évaluation présentant les problèmes, les questions et les données liées à l'évaluation;
- une stratégie en matière de rapport.

Les indicateurs de rendement et la méthode utilisés pour la stratégie et le plan d'évaluation de l'ACFC s'appuient sur les données tirées de notre mesure du rendement approfondie et permanente. Notre système de gestion intégrée des cas fondé sur le Web saisit l'information concernant les communications avec les consommateurs. Nous améliorerons sans cesse nos systèmes de saisie et de suivi des données pour que l'information requise au titre du CGRR soit recueillie et utilisée de manière efficace.

*Le Rapport d'évaluation de la gestion des programmes et du rendement* (affiché dans notre site Web), que l'ACFC publie une fois par an, décrit les réalisations et les résultats de l'Agence pour chaque exercice. Ce rapport compare également les résultats obtenus avec les cibles et les engagements en matière de rendement pour l'année, qui sont exposés dans le plan d'activités de l'ACFC.

études effectuées par des tiers et les analyses fondées sur le marché (évaluations mystères).

Les membres de l'ACFC tiennent régulièrement des réunions avec des représentants des institutions financières. Certaines réunions ont lieu tous les trimestres pour échanger de l'information sur des sujets d'intérêt commun, comme les activités de surveillance, les questions liées à la conformité à l'échelle du secteur et les points de vue du commissaire sur la conformité aux lois, aux règlements, aux codes volontaires et aux engagements publics.

L'Agence a pour objectif de protéger les intérêts des consommateurs canadiens de produits et de services financiers, et de promouvoir la conformité aux règlements, ce qui nécessite la collaboration des institutions financières.

## Direction des services administratifs

Les principales responsabilités de la Direction des services administratifs de l'ACFC consistent à assurer la gestion des services suivants : finances, ressources humaines, accès à l'information et protection des renseignements personnels, installations, documents, informatique, protection, santé et sécurité au travail, courrier et messagerie, et distribution des publications.

L'ACFC a conclu un marché avec le Bureau du surintendant des institutions financières pour obtenir des services de ressources humaines, des services de vérification interne, des services financiers et des services de bibliothèque et de documentation.

## Pratiques de gestion exemplaires

L'ACFC est déterminée à offrir des programmes efficaces, qui tiennent compte de son cadre de

## Direction de la conformité et de l'application

- mener des travaux de recherche et des sondages;
- diffuser de l'information par l'intermédiaire des médias, du site Web de l'ACFC et de nos partenaires;
- assurer la liaison avec les groupes communautaires, les associations et d'autres intervenants;
- traiter la correspondance avec les consommateurs;
- répondre aux besoins du centre d'appels de l'ACFC (exploité par la SADC).

La Direction de la conformité et de l'application de l'ACFC a pour tâche de surveiller les institutions financières afin de s'assurer qu'elles se conforment aux dispositions visant les consommateurs de la *Loi sur les banques*, de la *Loi sur les sociétés de fiducie et de prêt*, de la *Loi sur les sociétés d'assurances* et de la *Loi sur les associations coopératives de crédit*.

Les dispositions visant les consommateurs sont énumérées à l'annexe B. De façon générale, elles se rapportent aux activités suivantes :

- l'ouverture des comptes de dépôt de détail;
- l'encasement des chèques du gouvernement fédéral;
- les ventes liées avec coercition;
- la divulgation de renseignements sur les frais et les intérêts applicables aux comptes;
- la divulgation du coût d'emprunt;
- la divulgation des politiques sur la retenue des fonds déposés par chèque;
- la communication de l'information aux consommateurs à propos de l'ACFC lorsqu'ils veulent déposer une plainte concernant un produit ou un service;
- la préparation des déclarations sur les responsabilités envers la collectivité;

La Direction surveille aussi la conformité aux codes de conduite volontaires et aux engagements publics adoptés par les institutions financières fédérales, directement ou par l'intermédiaire d'une association du secteur, et elle rend compte de sa surveillance. Les codes portent sur des sujets comme les cartes de débit et les relations entretenues avec les petites et moyennes entreprises en matière de crédit.

De plus, la Direction exerce les fonctions suivantes :

- faire enquête sur les plaintes et donner suite aux questions de conformité liées aux dispositions visant les consommateurs relevant de l'une ou l'autre des lois que l'ACFC est chargée de faire respecter;
- gérer l'application du cadre de conformité de l'Agence et veiller à ce que les institutions financières sous réglementation fédérale s'y conforment;
- surveiller les systèmes de suivi de l'Agence en vue de déceler des tendances en matière de conformité;
- encourager les institutions financières à élaborer des politiques et des procédures aux fins de la mise en œuvre des dispositions visant les consommateurs qui leur sont applicables;
- promouvoir une culture de conformité au sein des institutions financières sous réglementation fédérale.

Parmi les instruments de surveillance de la conformité dont dispose la Direction, mentionnons les sondages auprès des consommateurs, l'analyse des plaintes et des demandes de renseignements, l'examen annuel et les examens spéciaux des institutions financières sous réglementation fédérale, les



## Rôles et responsabilités opérationnels

### Groupe de la direction

Le Groupe de la direction, qui comprend le commissaire et le commissaire adjoint, exerce les fonctions suivantes :

- gérer les activités de l'ACFC, y compris tous les aspects des programmes, des finances, de l'administration et des ressources humaines;
- surveiller environ 425 institutions financières sous réglementation fédérale pour déterminer si elles se conforment aux dispositions législatives visant les consommateurs qui leur sont applicables, de même qu'à leurs propres codes de conduite volontaires et engagements publics;
- mener des initiatives d'envergure nationale en matière d'éducation pour définir les besoins des consommateurs sur le plan des connaissances financières, et y répondre.

Le commissaire de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada est nommé pour une période pouvant aller jusqu'à cinq ans. La commissaire en poste, Ursula Menke, a été nommée le 3 décembre 2007.

Le commissaire dépose un rapport au Parlement chaque année, par l'intermédiaire du ministre des Finances, et rend compte régulièrement au ministre des Finances des activités et des constatations de l'Agence.

Le commissaire de l'ACFC est membre d'office du conseil d'administration de la Société

## Direction de l'éducation des consommateurs et des affaires publiques

d'assurance-dépôts du Canada (SADC). Il fait aussi partie du Comité de surveillance des institutions financières, présidé par le surintendant des institutions financières. De plus, il est membre du Comité consultatif supérieur, présidé par le sous-ministre des Finances. À ce titre, de concert avec le commissaire adjoint et d'autres membres du personnel de l'ACFC, il met ses connaissances et ses compétences dans le domaine de la consommation au service du Comité, lequel fournit des conseils stratégiques au ministre des Finances sur les grandes questions financières.

Le Groupe de la direction comporte aussi une unité de services juridiques. Celle-ci comprend un avocat-conseil du ministère de la Justice Canada, qui fait partie de notre équipe de direction et donne des avis sur tous les aspects du mandat et des activités de l'Agence.

En vertu de la Loi sur l'Agence de la consommation en matière financière du Canada, l'ACFC a pour mandat de sensibiliser les consommateurs aux obligations des institutions financières en vertu des dispositions législatives visant les consommateurs qui leur sont applicables, et de favoriser leur compréhension des services financiers et des questions s'y rapportant. À cette fin, la Direction de l'éducation des consommateurs et des affaires publiques de l'Agence exerce les fonctions suivantes :

- préparer des documents d'information pour permettre aux consommateurs de mieux connaître les obligations législatives des institutions financières, ainsi que les produits et les services financiers;



**Activités de  
l'ACFC**

Le **tableau 9** présente la façon dont l'ACFC a traité les plaintes portant sur les fermetures de succursales au cours des deux dernières années.

**Tableau 9 : Questions relatives aux fermetures de succursales**

	2006-2007	2007-2008
Préavis de fermeture de succursales déposés par les institutions financières <sup>1</sup>	101	80
Plaintes reçues au sujet des fermetures de succursales <sup>2</sup>	40	17
Demandes visant la modification des exigences de préavis de fermeture de succursales		
Reçues	0	2
En suspens	0	0
Accordées	1	2
Refusées	0	0
Demandes visant la tenue de réunions publiques concernant des fermetures de succursales <sup>3</sup>		
Reçues	7	5
En suspens	3	0
Retirées	3	3
Nombre de fermetures de succursales pour lesquelles des demandes visant la tenue de réunions ont été reçues, et des réunions ont été exigées ou non exigées		
Succursales pour lesquelles des demandes visant la tenue d'une réunion ont été reçues	8	5
Succursales pour lesquelles le commissaire a exigé la tenue d'une réunion	0	0
Succursales pour lesquelles le commissaire n'a pas exigé la tenue d'une réunion <sup>4</sup>	2	5

- <sup>1</sup> Il s'agit du nombre total de préavis de fermeture de succursales déposés, y compris pour les succursales non visées par la définition de succursale prescrite par règlement. Comprend aussi les demandes visant la modification des exigences de préavis.
- <sup>2</sup> Il s'agit de plaintes liées aux fermetures de succursales; les auteurs des plaintes ne demandaient pas la tenue d'une réunion.
- <sup>3</sup> Dans certains cas, il s'agit de demandes multiples concernant la même succursale.
- <sup>4</sup> Les institutions décident souvent de leur plein gré de tenir une réunion publique sans que le commissaire l'exige officiellement.



Le **tableau 8** indique comment l'ACFC a réglé les cas liés aux codes de conduite et aux engagements publics en 2007-2008. Nous avons fermé 104 dossiers au cours de l'année; la plupart de ceux-ci se rapportaient au code relatif aux cartes de débit ou aux cartes de crédit.

**Tableau 8 : Dossiers fermés pour des cas de conformité relatifs aux codes de conduite et aux engagements publics<sup>1</sup>, selon le type de disposition**

Nombre total de dossiers	Pas une question de fond	Question autre que la conformité?	Retrait	Non-respect	Respect
--------------------------	--------------------------	-----------------------------------	---------	-------------	---------

Codes de conduite					
18	1	3	2	4	8
42	1	4	4	7	26
5	0	1	0	0	4
Engagements publics					
1	1	0	0	0	0
5	0	0	2	0	3
20	0	4	1	2	13
10	2	0	3	1	4
3	1	0	0	0	2
Total					
104	6	12	12	14	60

<sup>1</sup> Pour une définition de ces termes, voir l'annexe A (Glossaire) et l'annexe C (Principaux codes de conduite et engagements publics sous la surveillance de l'ACFC).

<sup>2</sup> Après un examen plus poussé, il a été déterminé qu'il ne s'agissait pas d'un cas relatif à une question de conformité.

	142	8	13	116	870	72	8	13	30	5	2	2	1 281
Règle à l'échelle du secteur	18			2									20
Règle au moyen d'une entente de conformité	1				13				1				15
Ayant déjà fait l'objet d'un rapport de conformité		1			4								5
Négligeable				1	3	1							5
Non-violation					5	4							9
Non lié à la conformité					8	1							9
Autre					1								1
Violation					26	1			1				36
Retrait					3	1							4
Refus					25								28
Acceptation	3	1			8	1							30
Examen terminé	1			1	13	2			1				17
Total	1	2	2	1	1	2	2		1				6
				1					1				6
				1									1
				1									1
	1	1		3	8	1	1						15
				1	6		1						8

Tableau 7 : Dossiers fermés pour des cas relatifs aux dispositions visant les consommateurs, selon le type de disposition<sup>1</sup> (suite)

Dispositions visant les consommateurs	
Prêts	Hypothèques
Divulgateion des changements apportés au coût d'emprunt ou à la convention de crédit	Divulgateion des frais autres que les frais d'intérêt lorsque le prêt est consenti
Divulgateion du coût d'emprunt lorsque le prêt est consenti	Divulgateion des frais autres que les frais d'intérêt lorsque le prêt est consenti
Divulgateion de l'information requise en cas de défaut de paiement	Divulgateion de l'information requise dans la publicité
Généralités	Généralités
Remise de relevés annuels	Remise de relevés annuels

Déclarations sur les responsabilités envers la collectivité	
Obligation de donner un préavis de 21 jours avant la date de renouvellement de l'hypothèque	Non-respect des exigences concernant le dépôt de documents
Renouvellement — Généralités	
Remise de relevés annuels	
Généralités	
Divulgateion concernant les services facultatifs	
Divulgateion de l'information requise en cas de défaut de paiement	
Divulgateion de l'information concernant le remboursement des prêts, les rabais et les frais	
Divulgateion du coût d'emprunt exprimé en taux annuel	
Divulgateion du coût d'emprunt lorsque l'hypothèque est accordée	
Divulgateion des changements apportés au coût d'emprunt ou à la convention de crédit	
Divulgateion des frais autres que les frais d'intérêt lorsque l'hypothèque est accordée	

Total	
Non-respect des exigences concernant le dépôt de documents	

<sup>1</sup> Pour une définition de ces termes, voir l'annexe A (Glossaire).  
<sup>2</sup> Les ententes de conformité comprennent également des plans d'action moins officiels.  
<sup>3</sup> Après un examen plus poussé, il a été déterminé qu'il ne s'agissait pas d'un cas relatif à une question de conformité.  
<sup>4</sup> IFF : institution financière fédérale.



Statut	Regle a l'echelle du secteur	Ayant deja fait l'objet d'un rapport de conformité	Négligeable	Non-violation	Non lié a la conformité	Autre	Violation	Retrait	Refus	Acceptation	Examen terminé	Total
1	1	5	38	1	1	2	1	1	1	2	2	2
1	4	39	5	5	1	1	1	1	1	1	51	47
1	1	5	4	55	1	1	1	1	1	1	68	20
1	1	2	15	2	2	1	1	1	1	1	20	51
1	4	36	7	6	1	2	1	1	1	1	197	5
20	1	1	10	3	5						34	35
1	1	1	1	19	2						23	2
2										2		
11	1	2	2	9	1	2	1	2	1	4	11	11
11	1	8	1	16	1						26	2
3	1	1	11	1	1		1				17	4
1		2	8	2							10	6
1											1	8
11					1						29	

Tableau 7 : Dossiers fermés pour des cas relatifs aux dispositions visant les consommateurs, selon le type de disposition<sup>1</sup> (suite)

Dispositions visant les consommateurs	
Coût d'emprunt — Généralités	
Cartes de crédit	
Divulgateion en langage simple	Divulgateion des changements apportés aux frais autres que les frais d'intérêt
Divulgateion des changements apportés au coût d'emprunt ou à la convention de crédit	Divulgateion du coût d'emprunt exprimé en taux annuel
Divulgateion du coût d'emprunt lorsque la carte est attribuée	Divulgateion des frais autres que les frais d'intérêt lorsque la carte est attribuée
Divulgateion de l'information requise dans la publicité	Divulgateion de l'information requise dans la publicité
Divulgateion de l'information requise dans les formulaires de demande	Divulgateion de l'information requise dans les relevés mensuels
Divulgateion concernant les services facultatifs	Généralités
Remise de relevés mensuels	Relevés — Généralités
Divulgateion des frais de service	
Divulgateion de la politique de retenue sur les chèques	
Divulgateion des taux d'intérêt dans la publicité	
Divulgateion des taux d'intérêt — Généralités	
Examen propre à une institution	
Chèques du gouvernement du Canada	
Frais d'encaissement prélevés	Refus d'encaisser
Dépôts indiciels — Divulgateion de l'information requise	
Marges de crédit	
Divulgateion des changements apportés aux frais autres que les frais d'intérêt	Divulgateion des changements apportés au coût d'emprunt ou à la convention de crédit
Divulgateion du coût d'emprunt exprimé en taux annuel	Divulgateion du coût d'emprunt lorsque la marge de crédit est accordée
Divulgateion des frais autres que les frais d'intérêt lorsque la marge de crédit est accordée	Divulgateion concernant les services facultatifs
Divulgateion de l'information requise dans la publicité	Généralités
Remise de relevés mensuels	

[illegible]



Le **tableau 7** indique le nombre de dossiers fermés au cours de l'année pour des cas se rapportant aux dispositions visant les consommateurs.

**Tableau 7 : Dossiers fermés pour des cas relatifs aux dispositions visant les consommateurs, selon le type de disposition<sup>1</sup>**

Dispositions visant les consommateurs	
Comptes	Divulgateion des frais de tenue de compte
	Divulgateion des frais pour les services à la clientèle
	Divulgateion des frais à l'ouverture d'un compte
	Divulgateion des taux d'intérêt applicables aux comptes et du mode de calcul
	Généralités
	Remise des conventions de compte et des procédures de traitement des plaintes
	Remise d'un préavis de majoration des frais ou de prélèvement de nouveaux frais
	Remise d'un préavis de majoration des frais ou de prélèvement de nouveaux frais pour un deuxième compte
	Remise d'un avis de refus écrit
	Refus d'ouvrir — Faillite
Fermetures de sucursales	Refus d'ouvrir — Antécédents en matière de crédit
	Refus d'ouvrir — Pas de pièce d'identité valable
	Refus d'ouvrir — Généralités
	Généralités
	Remise du préavis requis
	Demands visant la tenue de réunions publiques
	Demands visant la modification des exigences de communication
	Ventes liées avec coercition
	Attichage et accessibilité de l'interdiction de pratiquer les ventes liées avec coercition dans le site Web de l'institution
	Généralités
Procédures de traitement des plaintes	
	Désignation d'un comité de surveillance des procédures
	Attichage et accessibilité des procédures de traitement des plaintes
	Établissement de procédures de traitement des plaintes
	Non-respect des exigences concernant le dépôt de documents
	Obligation des IFF <sup>4</sup> autres que les banques d'adhérer à un organisme tiers de règlement des différends

Le **tableau 6** indique comment l'ACFC a réglé les 13 cas de conformité dont les dossiers ont été fermés en 2007-2008, et pour lesquels des mesures ont été prises.

**Tableau 6 : Dossiers fermés pour des cas de conformité ayant fait l'objet de mesures**

Dispositions visant les consommateurs		Nombre de dossiers fermés avec violations	Nombre de violations établies	Décisions du commissaire	Sanctions administratives pécuniaires <sup>1</sup>
<b>Comptes</b>					
Non-ouverture en raison des antécédents	1	1	2	1 avis de décision <sup>2</sup>	6 000 \$
Non-ouverture faute de pièces d'identité valables	2	4	(compris dans la décision ci-dessus)	(compris dans la sanction ci-dessus)	
<b>Cartes de crédit</b>					
Non-divulgaration des changements apportés au coût d'emprunt	1	1	1	1 procès-verbal de violation	25 000 \$
Non-divulgaration du coût d'emprunt lorsque la carte est attribuée	1	1	1	1 avis de décision	25 000 \$
Non-divulgaration des frais lorsque la carte est attribuée	2	2	2	2 avis de décision	10 000 \$
Non-remise de relevés mensuels	1	1	1	1 procès-verbal de violation	5 000 \$
Non-divulgaration de l'information requise sur les relevés mensuels	1	3	1 procès-verbal de violation		25 000 \$
<b>Chèques du gouvernement du Canada</b>					
Frais d'encaissement prélevés	2	2	2	1 avis de décision <sup>3</sup>	0 \$
Refus d'encaisser	1	1	1	1 avis de décision	1 000 \$
<b>Marges de crédit</b>					
Non-divulgaration du coût d'emprunt lorsque la marge de crédit est accordée	1	1	1	1 avis de décision	0 \$
<b>Total</b>	<b>13</b>	<b>18</b>			<b>97 000 \$</b>

<sup>1</sup> Puisque les états financiers de l'ACFC sont établis selon la comptabilité d'exercice, ils indiquent le montant total des sanctions administratives pécuniaires (SAP) imposées durant l'exercice. Toutefois, le tableau 6 fait rapport sur le montant total des SAP selon la période où elles ont été payées. Les SAP n'ont pas toutes été payées au cours du même exercice où elles ont été imposées. Cela explique la différence entre le montant total des SAP indiqué dans les états financiers (76 000 \$) et celui indiqué dans le tableau 6 (97 000 \$).

<sup>2</sup> Un avis de décision a été émis pour les trois cas visant la non-ouverture d'un compte.

<sup>3</sup> Un avis de décision a été émis pour les deux cas visant les frais d'encaissement prélevés.

Tableau 5 : Questions de conformité relatives aux dispositions visant les consommateurs, aux codes de conduite, aux engagements publics et au dépôt de documents<sup>1</sup> (suite)

Codes de conduite et engagements publics	Dossiers en suspens	Dossiers ouverts	Dossiers fermés	Dossiers en suspens
à la fin de 2006-2007	en 2007-2008	en 2007-2008	en 2007-2008	à la fin de 2007-2008
<b>Engagements publics</b>				
Entente sur les comptes à frais modiques	0	1	0	1
Accessibilité des procédures de traitement des plaintes	1	1	1	1
Engagement de réduire la période de retenue sur les chèques	0	6	5	1
Cartes de crédit — Généralités	0	0	0	0
Cartes de crédit — Visa e-Promesse	0	2	0	2
Cartes de crédit — Responsabilité zéro	11	24	20	15
Lignes directrices applicables au transfert des régimes enregistrés	3	17	10	10
Engagement relatif aux services non sollicités	2	2	3	1
<b>Sous-total</b>	<b>57</b>	<b>122</b>	<b>104</b>	<b>75</b>
<b>Dépôt de documents</b>				
Dossiers concernant le dépôt de documents en suspens à la fin de 2006-2007	Dossiers concernant le dépôt de documents reçus en 2007-2008	Dossiers concernant le dépôt de documents fermés en 2007-2008	Dossiers concernant le dépôt de documents en suspens à la fin de 2007-2008	
Remise d'un préavis de fermeture	1	38	39	0
Remise d'un préavis de fermeture — Moins de 500 mètres <sup>3</sup>	1	27	27	1
Remise d'un préavis pour les succursales en magasin, les agences et les satellites <sup>3</sup>	0	1	1	0
Remise d'un préavis de fermeture temporaire <sup>3</sup>	0	14	9	5
Remise de procédures de traitement des plaintes par les nouvelles institutions	1	23	10	14
Déclarations sur les responsabilités envers la collectivité	5	15	19	1
Procédures de traitement des plaintes révisées	1	2	3	0
<b>Sous-total</b>	<b>9</b>	<b>120</b>	<b>108</b>	<b>21</b>
<b>Total général pour 2007-2008</b>	<b>527</b>	<b>1 565</b>	<b>1 493</b>	<b>599</b>

<sup>1</sup> Dans certains cas, la reclassement des dossiers a rendu nécessaire une mise au point des données pour 2006-2007.

<sup>2</sup> L'ACFC peut reclassement un dossier lorsqu'elle constate, après avoir mené une enquête plus poussée, que la plainte ou la demande de renseignements se rapporte plus directement à une question autre que celle initialement retenue.

<sup>3</sup> IFF : institution financière fédérale.

Le dépôt de documents n'est pas exigé lorsque la succursale est réinstallée à un emplacement se situant dans un rayon de 500 mètres de l'emplacement de la succursale fermée. Le dépôt de ces documents n'est pas exigé par la loi, mais ils ont été soumis par les institutions financières tenant à en informer le commissaire.



Tableau 5 : Questions de conformité relatives aux dispositions visant les consommateurs, aux codes de conduite, aux engagements publics et au dépôt de documents<sup>1</sup> (suite)

Dispositions visant les consommateurs				
Dossiers en suspens à la fin de 2006-2007	Dossiers ouverts en 2007-2008	Dossiers fermés en 2007-2008	Dossiers en suspens à la fin de 2007-2008	Hypothèques
0	1	0	1	Divulgateion en langage simple
0	1	0	1	Divulgateion des changements apportés aux frais autres que les frais d'intérêt
5	18	17	6	Divulgateion des frais autres que les frais d'intérêt lorsque l'hypothèque est accordée
10	32	30	12	Divulgateion des changements au coût d'emprunt ou à la convention de crédit
14	35	28	21	Divulgateion du coût d'emprunt lorsque l'hypothèque est accordée
2	8	4	6	Divulgateion du coût d'emprunt exprimé en taux annuel
18	33	36	15	Divulgateion de l'information concernant le remboursement des prêts, les rabais et les frais
0	1	1	0	Divulgateion de l'information requise en cas de défaut de paiement
1	1	0	2	Divulgateion de l'information requise dans la publicité
2	13	9	6	Divulgateion concernant les services facultatifs
3	9	9	3	Généralités
1	4	5	0	Remise de relevés annuels
1	6	5	2	Renouvellement — Généralités
3	19	15	7	Obligation de donner un préavis de 21 jours avant la date de renouvellement de l'hypothèque
Déclarations sur les responsabilités envers la collectivité				
10	12	20	2	Non-respect des exigences concernant le dépôt de documents
461	1 323	1 281	503	Sous-total
Codes de conduite et engagements publics				
Dossiers en suspens à la fin de 2006-2007	Dossiers ouverts en 2007-2008	Dossiers fermés en 2007-2008	Dossiers en suspens à la fin de 2007-2008	Codes de conduite
11	16	18	9	Activités d'assurance autorisées
27	48	42	33	Code relatif aux cartes de débit
2	5	5	2	Code de conduite sur les relations des banques avec les petites et moyennes entreprises

Tableau 5 : Questions de conformité relatives aux dispositions visant les consommateurs, aux codes de conduite, aux engagements publics et au dépôt de documents<sup>1</sup> (suite)

Dispositions visant les consommateurs				à la fin de 2006-2007				à la fin de 2007-2008				à la fin de 2007-2008			
Examen propre à une institution				Dossiers en suspens				Dossiers ouverts				Dossiers fermés			
Chèques du gouvernement du Canada															
Frais d'encaissement prélevés	5	3	4												
Refus d'encaisser	6	7	11												
Dépôts indicels — Divulgaration de l'information requise	0	18	11												
Marges de crédit															
Divulgaration des changements apportés aux frais autres que les frais d'intérêt	0	3	2												
Divulgaration des changements apportés au coût d'emprunt ou à la convention de crédit	7	32	26												
Divulgaration du coût d'emprunt exprimé en taux annuel	2	6	4												
Divulgaration du coût d'emprunt lorsque la marge de crédit est accordée	5	21	17												
Divulgaration des frais autres que les frais d'intérêt lorsque la marge de crédit est accordée	0	11	10												
Divulgaration concernant les services facultatifs	1	9	6												
Divulgaration de l'information requise dans la publicité	1	1	1												
Généralités	2	9	8												
Remise de relevés mensuels	8	26	29												
Prêts															
Divulgaration des changements apportés au coût d'emprunt ou à la convention de crédit	7	7	8												
Divulgaration du coût d'emprunt exprimé en taux annuel	0	3	0												
Divulgaration du coût d'emprunt lorsque le prêt est consenti	11	18	15												
Divulgaration des frais autres que les frais d'intérêt lorsque le prêt est consenti	0	1	1												
Divulgaration de l'information requise de défaut de paiement dans la publicité	1	0	1												
Divulgaration concernant les services facultatifs	0	1	0												
Généralités	6	21	6												
Remise de relevés annuels	10	16	6												
Relevés — Généralités	0	1	0												

Tableau 5 : Questions de conformité relatives aux dispositions visant les consommateurs, aux codes de conduite, aux engagements publics et au dépôt de documents<sup>1</sup> (suite)

Dispositions visant les consommateurs	Dossiers en suspens à la fin de 2006-2007	Dossiers ouverts en 2007-2008	Dossiers fermés en 2007-2008	Dossiers en suspens à la fin de 2007-2008	Procédures de traitement des plaintes				
					Désignation d'un comité de surveillance des procédures	Affichage et accessibilité des procédures de traitement des plaintes	Etablissement de procédures de traitement des plaintes	Non-respect des exigences concernant le dépôt de documents	Obligation des IF <sup>2</sup> autres que les banques d'adhérer à un organisme tiers de règlement des différends
Conformité des institutions affiliées	0	1	0	1					
Coût d'emprunt — Généralités	0	2	2	2					
Cartes de crédit	1	1	1	1					
Divulgateur des changements apportés aux frais autres que les frais d'intérêt	2	14	10	6					
Divulgateur des changements apportés au coût d'emprunt ou à la convention de crédit	24	69	68	25					
Divulgateur du coût d'emprunt exprimé en taux annuel	3	32	20	15					
Divulgateur du coût d'emprunt lorsque la carte est attribuée	23	60	51	32					
Divulgateur des frais autres que les frais d'intérêt lorsque la carte est attribuée	11	50	47	14					
Divulgateur de l'information requise dans la publicité	1	13	1	13					
Divulgateur de l'information requise dans les formulaires de demande	4	21	10	15					
Divulgateur de l'information requise dans les relevés mensuels	5	4	4	5					
Divulgateur concernant les services facultatifs	5	30	26	9					
Généralités	7	21	19	9					
Remise des relevés mensuels	65	168	197	36					
Relevés — Généralités	3	4	5	2					
Divulgateur des frais de service	25	13	34	4					
Divulgateur de la politique de retenue sur les chèques	7	32	35	4					
Divulgateur des taux d'intérêt dans la publicité	2	0	2	0					
Divulgateur des taux d'intérêt — Généralités	5	30	23	12					



**Tableau 5 : Questions de conformité relatives aux dispositions visant les consommateurs, aux codes de conduite, aux engagements publics et au dépôt de documents<sup>1</sup>**

Le **tableau 5** donne un aperçu du nombre de cas de conformité traités par l'ACFC selon la nature des questions liées à la conformité. En 2007-2008, nous avons ouvert 1 565 dossiers. Nous avons fermé 1 493 dossiers à la fin de l'année.

Dispositions visant les consommateurs				Comptes			
Dossiers en suspens à la fin de 2006-2007	Dossiers ouverts en 2007-2008	Dossiers fermés en 2007-2008	Dossiers en suspens à la fin de 2007-2008	Divulgateurs des frais de tenue de comptes	Divulgateurs des frais pour les services à la clientèle	Divulgateurs des frais à l'ouverture d'un compte	Divulgateurs des taux d'intérêt applicables aux comptes et du mode de calcul
2	2	47	3	8	43	49	10
8	13	44	49	8	12	11	5
6	6	13	9	1	7	88	12
20	74	13	88	20	13	6	6
1	3	74	3	1	13	20	1
2	2	3	3	2	13	1	1
2	2	2	2	2	2	2	2
0	4	2	4	0	2	2	0
5	7	9	9	5	7	9	3
11	15	13	9	1	13	26	2
6	13	17	26	11	17	72	8
23	57	57	72	23	57	72	8
Fermetures de succursales							
2	1	3	3	2	3	3	0
3	6	5	5	3	6	8	4
3	3	5	8	3	5	8	0
0	2	2	2	0	2	2	0
0	3	3	3	0	3	3	0
3	5	5	5	3	5	5	0
0	2	2	2	0	2	2	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0					

## Questions de conformité

Le **tableau 4** indique le nombre et le type de demandes de renseignements et de plaintes que nous avons reçues à propos de la conformité au cours des deux derniers exercices. Le nombre total de communications reçues à ce sujet durant le dernier exercice est presque le même qu'en 2006-2007.

**Tableau 4 : Nombre total de communications reçues à propos de la conformité, selon la catégorie<sup>1</sup>**

Codes de conduite et engagements publics		2006-2007 <sup>2</sup>	2007-2008
Plaintes		124	108
Demandes de renseignements		1	3
Plaintes signalées directement par les institutions <sup>3</sup>		16	14
Demandes de renseignements des médias		0	0
Dispositions visant les consommateurs			
Plaintes		270	225
Demandes de renseignements		6	11
Plaintes signalées directement par les institutions		1 055	1 098
Demandes de renseignements des médias		0	0
Dépôts de documents		124	120
Total		1 596	1 579

<sup>1</sup> Pour une définition des termes, voir l'annexe A (Glossaire).

<sup>2</sup> Les chiffres se rapportant à 2006-2007 ont été rajustés depuis la parution du Rapport annuel 2006-2007 pour présenter un tableau plus exact des activités menées au cours de cette année.

<sup>3</sup> Jusqu'à maintenant, le commissaire de l'ACFC n'a pas exercé son droit d'obliger les institutions financières à signaler directement les plaintes relatives aux codes de conduite et aux engagements publics. Il a plutôt consenti à ce que les institutions financières signalent directement les plaintes ou fassent mieux connaître leurs codes et leurs engagements.

Tableau 3 : Demandes de renseignements et plaintes reçues pour des questions autres que la conformité, selon la catégorie<sup>1</sup> (suite)

Institutions financières			
Demandes de renseignements		Plaintes	
Total		Total	
Refus d'encasser les gros billets de banque	1	1	2
Règlements	107	1	108
Petites et moyennes entreprises	59	2	61
Autres	1 501	54	1 555
<b>Sous-total</b>	<b>12 961</b>	<b>1 015</b>	<b>13 976</b>
Assurances			
Automobile	164	117	281
Habitation	100	68	168
Personnes	105	87	192
Marges de crédit	0	1	1
Prêts	1	3	4
Hypothèques	4	2	6
Petites et moyennes entreprises	2	3	5
Voyages	7	5	12
Non précisé	24	19	43
<b>Sous-total</b>	<b>407</b>	<b>305</b>	<b>712</b>
Investissements			
Obligations d'épargne du Canada	253	3	256
Certificats de placement garantis	34	57	91
Fonds de revenu viager	4	3	7
Fonds communs de placement	16	42	58
Régimes de retraite	122	19	141
Régimes enregistrés d'épargne-études	1 059	46	1 105
Fonds enregistrés de revenu de retraite	13	13	26
Régimes enregistrés d'épargne-retraite	93	72	165
Actions	26	37	63
Non précisé	55	55	110
<b>Sous-total</b>	<b>1 675</b>	<b>347</b>	<b>2 022</b>
Prêts			
Prêts automobiles	84	40	124
Location	0	0	0
Marges de crédit	28	49	77
Hypothèques	204	213	417
Prêts sur salaire	30	50	80
Prêts personnels	59	99	158
Prêts étudiants	90	14	104
Non précisé	82	97	179
<b>Sous-total</b>	<b>577</b>	<b>562</b>	<b>1 139</b>
<b>Total général</b>	<b>21 721</b>	<b>4 530</b>	<b>26 251</b>

<sup>1</sup> Ne comprend pas les demandes des médias et les communications liées aux activités de liaison externe.  
<sup>2</sup> Ces communications représentent seulement les demandes relatives aux publications. Elles ne comprennent pas les questions des consommateurs portant sur d'autres sujets.



Tableau 3 : Demandes de renseignements et plaintes reçues pour des questions autres que la conformité, selon la catégorie<sup>1</sup> (suite)

Cartes de crédit			
Demandes de renseignements	Plaintes	Total	
Frais	41	74	
Fraude	41	62	
Assurances	22	44	
Taux d'intérêt	59	113	
Télématique bancaire	3	7	
Émetteurs	4	200	
Perte ou vol	0	4	
Achats au point de vente	8	29	
Paielements préautorisés	19	24	
Questions sur la protection des renseignements personnels	4	8	
Qualité du service	27	28	
Renseignements prescrits par règlement	0	17	
Demandes de statistiques ou de données	0	5	
Programmes de récompense	13	17	
Démarchage	33	53	
Services bancaires par téléphone	2	2	
Ventes liées	0	0	
Transfert de soldes	10	17	
Autres	12	39	
<b>Sous-total</b>	<b>637</b>	<b>1 440</b>	
Institutions financières			
Demandes de renseignements	Plaintes	Total	
Pièces et billets de banque	11	25	
Succursales	2	6	
Fermetures de succursales	17	111	
Procédures de traitement des plaintes	28	103	
Coordonnées	3	961	
Questions de succession	41	80	
Taux de change	15	36	
Légitimité	0	464	
Taux d'intérêt maximum	2	32	
Cartes prépayées	15	49	
Qualité du service	196	238	
Renseignements prescrits par règlement	7	229	
Coffrets de sécurité	6	11	
Autres	6	40	
<b>Sous-total</b>	<b>349</b>	<b>2 385</b>	
Demandes de renseignements généraux			
Demandes de renseignements	Plaintes	Total	
ACFC	21	440	
Fraude et vol d'identité	16	112	
Publications <sup>2</sup>	3	1 132	
Renvois à d'autres ministères ou organismes	917	10 566	

Tableau 3 : Demandes de renseignements et plaintes reçues pour des questions autres que la conformité, selon la catégorie<sup>1</sup> (suite)

Comptes	Demandes de renseignements	Plaintes	Total
Chèques	410	227	637
Fermeture	34	73	107
Recouvrement	8	10	18
Cartes de débit	31	39	70
Dépôts directs	227	9	236
Traites et mandats	16	28	44
Fraude	7	21	28
Taux d'intérêt	3	9	12
Télématique bancaire	3	6	9
Ouverture	412	76	488
Découverts	6	16	22
Achats au point de vente	19	11	30
Débts préautorisés	10	27	37
Questions sur la protection des renseignements personnels	22	30	52
Qualité du service	5	15	20
Conservation des dossiers	10	1	11
Demandes de statistiques ou de données	1	0	1
Droit de compensation	52	57	109
Relevés	10	11	21
Services bancaires par téléphone	1	2	3
Ventes liées	3	0	3
Virements	28	43	71
Autres	410	34	444
<b>Sous-total</b>	<b>1 966</b>	<b>939</b>	<b>2 905</b>
Crédit			
Recouvrement	73	256	329
Agences d'évaluation du crédit	999	117	1 116
Conseils en matière de crédit	224	3	227
<b>Sous-total</b>	<b>1 296</b>	<b>376</b>	<b>1 672</b>
Cartes de crédit			
Information sur les comptes	55	16	71
Activation	11	0	11
Demandes	89	38	127
Paiement de factures	105	160	265
Annulations	58	29	87
Conventions avec les détenteurs de cartes	7	11	18
Recouvrement	11	68	79
Procédures de traitement des plaintes	1	3	4
Chèques de dépannage	3	4	7
Gestion de la dette	17	8	25
Dépôts (garantis seulement)	1	2	3

La **figure 5** ventile les demandes de renseignements et les plaintes que nous avons reçues en fonction de trois rubriques générales.

**Figure 5 : Communications reçues par l'ACFC, par sujets**



¹ Les campagnes de sensibilisation de l'ACFC au moyen de l'annexe de documents aux chèques ont essentiellement porté sur les droits des consommateurs lorsqu'ils traitent avec les banques. Cette catégorie peut inclure les communications se rapportant aux institutions financières fédérales (IFF).  
² Ne comprend pas les communications des consommateurs résultant de l'annexe de documents aux chèques.

Le **tableau 3** indique les sujets abordés dans les demandes de renseignements et les plaintes que nous avons reçues pendant l'année, à l'exception des questions relatives à la conformité. Les agences d'évaluation du crédit, les régimes enregistrés d'épargne-études et les chèques constituaient les trois principales sources de préoccupation des consommateurs.

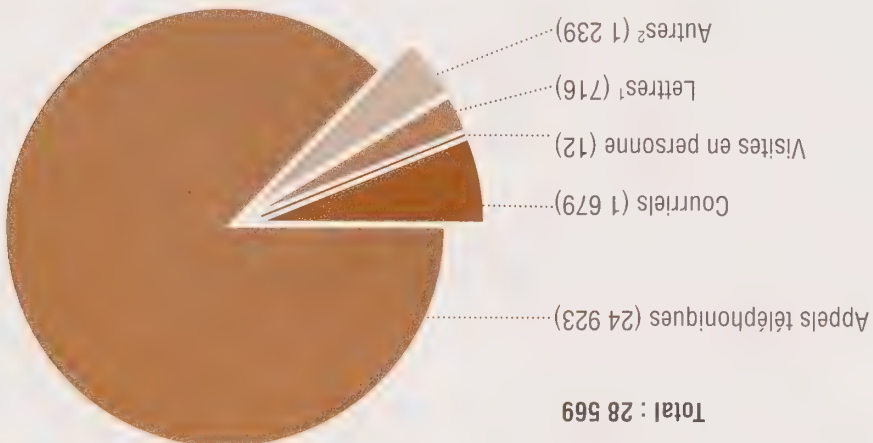
**Tableau 3 : Demandes de renseignements et plaintes reçues pour des questions autres que la conformité, selon la catégorie¹**

Comptes	Demandes de renseignements	Plaintes	Total
Guichets automatiques bancaires	12	36	48
Accès aux fonds	65	62	127
Conventions de compte	10	13	23
Frais de tenue de compte	44	55	99
Information sur les comptes	107	25	132
Paiement de factures (en succursale)	0	3	3



La **figure 3** indique le mode de communication utilisé par les consommateurs pour présenter des demandes de renseignements et des plaintes à l'ACFC au cours de l'exercice écoulé. Près de 25 000 communications ont été faites par téléphone, soit 87 p. 100 du nombre total de communications.

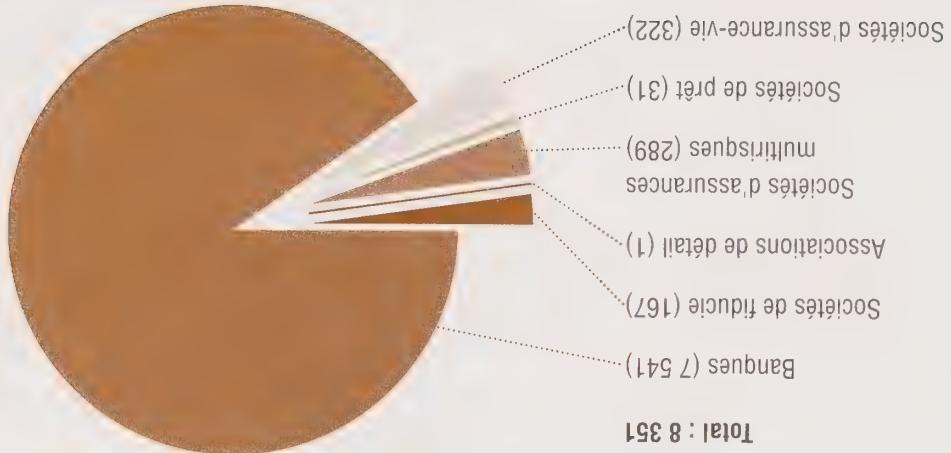
**Figure 3 : Nombre total de communications reçues par l'ACFC, selon la source**



<sup>1</sup> Comprend les lettres, les télécopies et les appels téléphoniques exigeant une réponse écrite.  
<sup>2</sup> Comprend les dossiers ouverts par l'ACFC et les plaintes signalées par les institutions financières.

La **figure 4** ventile les demandes de renseignements concernant les institutions financières sous réglementation fédérale. Les banques ont fait l'objet de 90 p. 100 de ces demandes au cours de l'année.

**Figure 4 : Nombre total de communications reçues par l'ACFC concernant les institutions financières sous réglementation fédérale**



## Demandes de renseignements et plaintes

L'ACFC traite des milliers de demandes de renseignements, de requêtes et de plaintes chaque année. Dans le rapport annuel que nous présentons au Parlement, nous fournissons de l'information sur le nombre et le type de questions portées à notre attention. Les figures et les tableaux qui suivent font état de façon détaillée de cette information. Ils révèlent les questions qui préoccupent les Canadiens dans le domaine financier, les régions du pays d'où proviennent le plus grand nombre de communications et les sujets dont nous entendons le plus parler.

Le **tableau 2** indique le nombre de demandes de renseignements et de plaintes que nous avons reçues au cours des deux derniers exercices. En 2007-2008, nous avons enregistré 28 569 communications en tout.

**Tableau 2 : Nombre total de communications reçues par l'ACFC, selon la région géographique**

	2006-2007	2007-2008
Alberta	3 274	3 094
Colombie-Britannique	3 834	3 494
Manitoba	1 283	1 119
Nouveau-Brunswick	1 159	797
Terre-Neuve-et-Labrador	583	437
Nouvelle-Écosse	1 063	626
Nunavut	46	26
Territoires du Nord-Ouest	47	41
Ontario	10 087	9 303
Île-du-Prince-Édouard	143	104
Québec	11 016	7 579
Saskatchewan	851	917
Yukon	15	26
États-Unis	101	134
Pays étrangers autres que les États-Unis	39	90
Provenance inconnue <sup>1</sup>	1 749	782
<b>Total</b>	<b>35 290</b>	<b>28 569</b>

<sup>1</sup> La personne ayant communiqué avec l'ACFC n'a pas précisé sa région.

# Répondre aux besoins des consommateurs





## ● Examen sur place d'une institution financière

Nous avons examiné les documents d'information qu'une institution avait fournis à ses clients ainsi que les politiques et les procédures élaborées par l'institution pour s'acquitter de ses obligations législatives et régir ses relations avec ses clients.

## ● Ententes de conformité officielles entre l'ACFC et des institutions financières

Nous avons conclu des ententes de conformité avec deux institutions financières. Les ententes exigeaient que les institutions donnent suite aux questions liées à la conformité soulevées par la Direction de la conformité et de l'application, et informent leurs clients de toute lacune qui aurait pu exister en matière de divulgation.

## Amélioration de la procédure de vérification de la conformité

En 2007-2008, l'ACFC a continué de perfectionner sa procédure de vérification de la conformité en améliorant ses outils d'examen préliminaire des plaintes et de gestion des cas. Les changements apportés nous aident à mieux cerner les cas de conformité qui seront les plus lourds de conséquences pour les consommateurs et le secteur. Les changements nous permettent également de donner suite rapidement et convenablement à toutes les plaintes que nous recevons.

- L'ACFC est en bonne voie de mettre en œuvre une approche davantage axée sur le risque en matière de conformité et d'application. Dans un examen complet de notre cadre de conformité en 2007-2008. Une fois terminé, cet examen procurera les avantages suivants :
  - Les activités liées à la conformité tiendront compte des plaintes formulées par les consommateurs au sujet de leur institution financière, ainsi que des pratiques et des conditions changeantes du marché.
  - Elles porteront principalement sur les questions systémiques qui ont d'importantes répercussions sur le secteur et les consommateurs.
  - Elles inciteront les institutions financières fédérales à modifier leur comportement de manière à renforcer la conformité aux dispositions visant les consommateurs, aux codes de conduite volontaires et aux engagements publics.
  - Elles comprendront un degré approprié de consultation auprès du secteur, des consommateurs et d'autres intervenants.
  - Elles permettront de fournir des renseignements fiables et opportuns servant à appuyer la politique du gouvernement consistant à tenir à jour un cadre de conformité visant le secteur financier, qui est efficace et axé sur le consommateur.

Conformément au *Règlement*, les institutions financières fédérales doivent veiller à divulguer les bons renseignements concernant un prêt à tous les emprunteurs, y compris aux coemprunteurs. Avec le consentement préalable de tous les emprunteurs, elles peuvent cependant fournir un seul document d'information sur un prêt.

En 2007-2008, nous avons travaillé à la mise en œuvre et à l'amélioration de la divulgation des renseignements aux coemprunteurs de concert avec les institutions financières. L'ACFC estime que les institutions financières fédérales se sont conformées aux dispositions visant les coemprunteurs se rapportant aux coemprunteurs, qui sont énoncées dans le *Règlement sur le coût d'emprunt*.

## Conseils sur les nouvelles lois et les nouveaux règlements

L'ACFC n'est dotée d'aucun mandat en matière d'élaboration de politiques. Néanmoins, en sa qualité d'organisme fédéral de réglementation du secteur financier, elle peut fournir des renseignements et des conseils à l'appui de l'élaboration des politiques, des lois et des règlements fédéraux qui régissent le secteur des services financiers. À ce titre, l'ACFC a participé aux initiatives qui suivent en 2007-2008.

### • Examen des lois et des règlements régissant les institutions financières

Ces activités nous aident à cerner d'éventuels problèmes de conformité et font en sorte qu'ils soient traités de façon efficace et appropriée.

En mars 2007, le Parlement a adopté le projet de loi C-37, la *Loi modifiant la législation régissant les institutions financières et comportant des mesures connexes et corrélatives*. En 2007-2008, l'ACFC a continué de soutenir l'élaboration

## Activités liées à la conformité

En 2007-2008, nous avons mené diverses activités liées à la conformité mettant à contribution les institutions financières sous réglementation fédérale. Parmi ces activités figuraient les suivantes :

- un examen sur place;
- la conclusion d'ententes de conformité officielles;
- l'élaboration de plans d'action volontaires.

À la demande de plusieurs groupes de travail du gouvernement, nous avons fourni des conseils et des commentaires fondés sur notre expérience dans deux domaines clés, soit les questions auxquelles font face les consommateurs au sein du secteur des services financiers, et l'application des dispositions visant les consommateurs énoncées dans les lois et les règlements fédéraux qui régissent les institutions financières.

### • Groupes de travail du gouvernement

des politiques financières du gouvernement en fournissant des commentaires sur les nouveaux règlements découlant de cette législation. Nous avons également veillé à ce que le secteur soit informé des dispositions nouvelles ou modifiées qui sont entrées en vigueur avec l'adoption de la *Loi*.

Toutefois, l'examen a permis de constater deux questions sur lesquelles la Direction se penchera en 2008-2009 :

- Les institutions financières nouvelles ou de plus petite taille pourraient avoir besoin d'une aide additionnelle en matière de conformité, car elles font face à certains défis qui ne touchent pas nécessairement les institutions financières de taille plus grande.
- Les institutions financières rendent davantage compte des questions touchant les consommateurs, ce qui constitue une tendance encourageante.

Néanmoins, nous pourrions devoir réexaminer l'obligation des institutions de rendre compte de ces questions à l'ACFC. Une mise à jour s'imposera peut-être pour faire en sorte que l'ACFC dispose de tous les renseignements requis pour jouer son rôle d'organisme de réglementation fédéral du secteur des services financiers.

## • Surveillance du Code de pratique canadien des services de cartes de débit

L'ACFC avait établi comme priorité pour l'exercice 2007-2008 de surveiller l'application du Code de pratique canadien des services de cartes de débit. Il s'agit d'un code de conduite volontaire qui énonce les pratiques du secteur ainsi que les responsabilités du consommateur et du secteur à l'égard de l'utilisation des cartes de débit et des numéros d'identification personnels. Ce code a été élaboré en 1992 après la tenue de vastes consultations auprès des institutions financières, des organismes de défense des consommateurs, des détaillants ainsi que

des gouvernements fédéral et provinciaux. Il a été mis en œuvre en 2005.

Les consommateurs canadiens font une utilisation croissante des cartes de débit. En 2007-2008, nous avons amorcé un vaste examen visant à déterminer si les institutions financières appliquaient et respectaient ce code, et à évaluer la mesure dans laquelle les consommateurs connaissent leurs droits, leurs responsabilités et leurs obligations liés à l'utilisation d'une carte de débit.

Dans le cadre de l'examen, nous avons utilisé des méthodes de recherche quantitative et qualitative, y compris un sondage d'opinion et des groupes de consultation pour évaluer les connaissances des consommateurs concernant les cartes de débit. Nous avons également examiné des documents connexes utilisés par un certain nombre d'institutions financières, notamment les conventions avec les détenteurs de cartes de même que les politiques et procédures des institutions financières.

## • Assurer la divulgation des renseignements prescrits aux coemprunteurs

L'ACFC a mené toutes les recherches au cours de l'exercice. En mars 2008, elle a rendu compte des résultats des recherches axées sur les consommateurs en les affichant sur son site Web.

En 2006-2007, nous avons indiqué notre intention de travailler avec les institutions financières afin qu'elles appliquent comme il se doit l'interprétation de l'ACFC relative au *Règlement sur le coût d'emprunt*.



## ● Refus d'encaisser un chèque du gouvernement du Canada

La divulgation de cette information facilite les enquêtes en cas de conflit et favorise une saine concurrence sur le marché.

Les Canadiens ont le droit d'encaisser sans frais les chèques du gouvernement du Canada, jusqu'à concurrence de 1 500 \$, à n'importe quelle banque membre de la Société d'assurance-dépôts du Canada, quelles que soient leurs relations avec l'institution financière en question. Pour améliorer l'accès aux services bancaires de base au Canada, il est primordial de veiller à ce que les consommateurs puissent exercer ce droit.

## Principales activités liées à la conformité

### Surveillance de la conformité

#### ● Examen annuels

En 2007-2008, la Direction de la conformité et de l'application de l'ACFC a effectué son examen général visant toutes les institutions financières sous réglementation fédérale. Cet examen annuel a pour objet d'évaluer la conformité aux dispositions visant les consommateurs énoncées dans les lois pertinentes<sup>3</sup>.

Comme l'année dernière, nous avons constaté que les institutions financières fédérales s'acquittaient généralement de leurs obligations législatives. Lorsqu'une institution ne respectait pas ses obligations, l'ACFC traitait avec l'institution en cause pour régler la question.

Enjeu : Une consommatrice s'est adressée à l'ACFC pour se plaindre qu'une succursale bancaire avait refusé d'encaisser son chèque du gouvernement fédéral sous prétexte qu'elle l'avait présenté après les heures de travail normales de la Direction du contrôle du remboursement des chèques (DCRC). Le chèque était d'un montant inférieur à 1 500 \$ et, par conséquent, il devait être encaissé en vertu du *Règlement sur l'accès aux services bancaires de base*.

La consommatrice, qui n'était pas cliente de la banque en question, avait présenté des pièces d'identité acceptables pour encaisser le chèque, comme l'exige le *Règlement*. De plus, rien ne laissait supposer que le chèque avait été altéré. Cependant, la succursale a indiqué à la consommatrice qu'elle ne pouvait pas encaisser le chèque avant le lendemain, afin de pouvoir téléphoner à la DCRC pour le faire vérifier.

#### Résultat :

Le commissaire par intérim a établi qu'il y avait eu violation et a imposé une sanction de 1 000 \$. La banque a payé la sanction et l'ACFC a fermé le dossier. La banque a également mis à jour ses manuels de directives pour clarifier quand et dans quelles circonstances son personnel doit

ajouter les renseignements manquants. L'intervention de l'ACFC a permis de régler une situation qui privait les titulaires de cartes de crédit de renseignements importants auxquels ils ont droit à propos de leur compte. Maintenant qu'ils disposent de ces renseignements, les consommateurs sont mieux placés pour suivre de près l'évolution de leur compte de carte de crédit et prendre des décisions financières éclairées.

## • Non-respect d'un code de conduite volontaire concernant des opérations par carte de débit non autorisées

Enjeu :

Un consommateur s'est plaint à l'ACFC d'avoir été tenu responsable d'opérations non autorisées imputées sur son compte bancaire et effectuées au moyen d'une carte de débit qu'il avait perdue. Le consommateur a indiqué à l'ACFC qu'il était retourné chez le commerçant où il pensait avoir oublié sa carte et que, n'ayant pu la retrouver, il s'était adressé à la banque pour lui signaler la perte de sa carte, trois jours après avoir remarqué qu'il l'avait perdue.

Les opérations contestées ont eu lieu dans les 24 heures suivant la perte de la carte. Le consommateur a déclaré ne pas avoir autorisé les opérations et il a demandé à la banque de lui rembourser les fonds qui avaient été prélevés dans son compte. La banque en est arrivée à la conclusion que la façon dont s'était déroulé l'incident rapporté et les endroits où les opérations contestées avaient été effectuées ne démontraient pas que la carte avait été volée, et elle a refusé d'accéder à la demande du consommateur.

Résultat :

L'ACFC a mené son enquête en se fondant sur les renseignements fournis par le consommateur et la banque. L'Agence a conclu que la banque n'avait pas respecté le Code de pratique canadien des services de cartes de débit, qui énonce l'obligation des institutions financières de rembourser aux consommateurs les pertes subies à la suite de l'utilisation non autorisée de leur carte de débit. L'ACFC a par conséquent envoyé une lettre de non-conformité à la banque, dans laquelle elle a précisé que, selon la prépondérance des probabilités, l'institution n'avait pas réussi à démontrer que le consommateur avait contribué à l'utilisation non autorisée de sa carte.

En réponse à la lettre, la banque a demandé que le commissaire par interim réexamine le cas et a fourni des renseignements additionnels à l'Agence. Après avoir étudié le dossier et tenu compte des nouveaux renseignements fournis par la banque, le commissaire par interim en est arrivé à la conclusion que rien n'indiquait qu'il y avait eu non-respect du Code. Il a déterminé que, selon la prépondérance des probabilités, les renseignements additionnels démontraient que le consommateur devait avoir contribué à l'utilisation non autorisée de sa carte de débit.

La surveillance exercée par l'ACFC permet d'assurer que les codes volontaires comme le code relatif aux cartes de débit fonctionnent dans l'intérêt des consommateurs. Ce code est conçu pour protéger les utilisateurs canadiens de cartes de débit. Il énonce clairement les responsabilités et les obligations du consommateur et du secteur en ce qui touche les opérations de débit.

carte, sans toutefois préciser les dates auxquelles il entrerait en vigueur et prendrait fin.

La consommatrice a reçu sa nouvelle carte de crédit accompagnée d'une convention de crédit sur laquelle figurait le taux réduit. Toutefois, la convention ne précisait pas qu'il s'agissait d'un taux d'intérêt promotionnel, ni la période durant laquelle il serait en vigueur, soit une période de trois mois ou de six mois, ni le taux qui remplacerait en fin de compte ce taux promotionnel. La convention indiquait seulement que le taux pourrait être modifié de temps à autre, et que le détenteur en serait avisé.

Trois mois après l'émission de la carte, la banque a modifié le taux promotionnel réduit en le bonifiant pour en faire un taux régulier. Elle a cependant omis d'en informer la consommatrice par écrit, au moins 30 jours avant l'entrée en vigueur de la modification. Lorsque l'ACFC a examiné la situation, elle a constaté qu'il s'agissait d'une pratique établie de la banque, qui s'appliquait à tous les consommateurs se trouvant dans la même situation.

#### Résultat :

Le commissaire par intérim a constaté qu'une violation du *Règlement sur le coût d'emprunt (banques)* avait été commise, et il a imposé une sanction de 25 000 \$. La banque s'est acquittée de la sanction et l'ACFC a fermé le dossier.

À l'issue de la décision, la banque s'est engagée à modifier sa convention de crédit pour y inclure les renseignements relatifs aux taux d'intérêt réguliers et promotionnels, ainsi que les dates d'application de ces taux. Grâce à

l'intervention de l'ACFC, les détenteurs de cartes sont maintenant avisés des variations possibles du taux d'intérêt dès qu'ils signent un contrat de crédit.

#### • Non-divuligation de renseignements aux emprunteurs, par une banque, dans les déclarations envoyées périodiquement

##### Enjeu :

Un consommateur s'est adressé à l'ACFC pour se plaindre que les relevés mensuels de carte de crédit qu'il recevait de son institution financière ne lui indiquaient pas le taux d'intérêt appliqué à son compte. Cette omission constitue une infraction au *Règlement sur le coût d'emprunt (banques)*, qui oblige les institutions financières fédérales émettrices de cartes de crédit à remettre aux emprunteurs des relevés mensuels qui précisent :

- la période visée par le relevé;
- le taux d'intérêt qui s'applique à la période visée;
- le crédit disponible à la fin de la période.

##### Résultat :

L'enquête menée par l'ACFC a révélé que la banque avait omis de divulguer, dans les relevés mensuels qu'elle envoyait à ses clients détenteurs d'une carte de crédit donnée, la période visée par le relevé, le taux d'intérêt applicable et le crédit disponible à la fin de la période. Le commissaire par intérim a dressé un procès-verbal de violation et a proposé une sanction de 25 000 \$. La banque s'est acquittée de la sanction et l'ACFC a fermé le dossier.

À l'issue de la décision, la banque a modifié ses relevés mensuels pour y



• Articles publiés dans des magazines

Chaque numéro du *Magazine du nouvel arrivant au Canada* contient un article préparé par l'ACFC. Ce magazine, publié à Toronto tous les deux mois en français et en anglais, s'adresse aux personnes récemment arrivées au Canada pour s'y installer. Notre objectif est de mieux leur faire connaître l'ACFC et le rôle qu'elle joue.

## Conformité et application

### Protéger les intérêts des consommateurs

La Direction de la conformité et de l'application de l'ACFC surveille l'application des lois et des règlements qui protègent les consommateurs lorsqu'ils traitent avec les institutions financières sous réglementation fédérale. De plus, elle surveille de près la conformité du secteur aux codes de conduite volontaires et aux engagements publics. Son personnel enquête sur les plaintes des consommateurs au moyen d'outils comme les évaluations mystères et l'examen annuel des institutions financières.

Le travail accompli par l'ACFC dans le domaine de la réglementation a pour effet de rendre le milieu financier canadien plus transparent, équitable et concurrentiel. Un seul cas de conformité peut donner lieu à des changements à l'échelle du secteur dont profiteront des milliers, voire des millions, de Canadiens?

### Sélection de décisions prises par le commissaire

L'ACFC surveille la conformité des institutions financières fédérales et favorise la transparence dans le milieu financier. Les mesures qu'elle prend aident à mieux protéger les intérêts des consommateurs. Le processus adopté par l'Agence est appliqué lorsqu'elle traite les cas liés à une violation des règlements ou au non-respect d'un code de conduite ou d'un engagement public. Les décisions prises par le commissaire ou le commissaire par intérim à l'égard de tels cas sont résumées et affichées dans le site Web de l'ACFC. Voici des exemples de décisions représentatives ayant été prises en 2007-2008.

- **Défaut d'envoi d'une déclaration écrite faisant état des modifications apportées à une convention de carte de crédit, au moins 30 jours avant l'entrée en vigueur de ces modifications**

Enjeu :

Une consommatrice s'est adressée à l'ACFC au sujet d'une modification, par sa banque, au taux d'intérêt appliqué à sa nouvelle carte de crédit pour les avances de fonds. Elle s'était procuré la carte en question pour bénéficier du taux promotionnel qui s'appliquait aux avances de fonds.

Lorsque la consommatrice a présenté sa demande, la banque lui a remis une brochure indiquant le taux d'intérêt promotionnel et expliquant les conditions de l'offre. La brochure précisait que le taux promotionnel serait en vigueur pour une période de six mois suivant l'émission de la

## L'ACFC sur la scène internationale

### • Liaison avec les médias

Nous avons continué à établir des relations avec les représentants de médias français et anglais. Ceux-ci recommandent régulièrement l'ACFC et ses ressources aux consommateurs qui cherchent à obtenir de l'aide et des renseignements concernant des questions financières. Grâce à notre forte présence auprès des médias, les messages de l'Agence atteignent un vaste auditoire, ce qui explique la croissance forte et soutenue de la demande exprimée à l'égard des produits de l'ACFC. Par exemple, notre site Web a reçu plus de 1,6 million de visites en 2007-2008.

### • Articles publiés dans des journaux communautaires

Un volet de notre stratégie médiatique consiste à assurer la présence de l'ACFC dans la presse écrite des petites

collectivités. Leurs journaux comptent de nombreux lecteurs et sont des sources d'information fiables, et ce, partout au pays.

L'ACFC prépare de brefs articles à l'intention de ces journaux. Les articles sont diffusés par l'intermédiaire du service L'édition Nouvelles, qui les distribue à ses abonnés. Nos articles, qui s'adressent aux grand public, contiennent des conseils et des renseignements sur des questions financières, ainsi que nos coordonnées et des références aux ressources affichées dans notre site Web.

En 2003, l'ACFC a contribué à la création du Forum international sur la protection et l'éducation des consommateurs dans le secteur financier. Des représentants de l'Agence participent régulièrement aux assemblées annuelles du Forum, qui donnent aux organismes de réglementation du marché financier l'occasion d'échanger des pratiques exemplaires et des préoccupations communes liées à la protection et à l'éducation des consommateurs.

En octobre 2007, les membres du Forum se sont réunis en Hongrie. L'ACFC y a joué un rôle de premier plan, car notre commissaire par intérim y a pris la parole sur la capacité et la littératie financières, des questions de conformité ainsi que la réglementation axée sur le risque et fondée sur des principes.

## Relations avec les médias

L'ACFC considère que les médias sont essentiels pour transmettre des renseignements financiers au public et faire connaître le rôle que nous jouons dans le secteur financier. Nous avons établi des relations solides et positives avec les médias, partout au pays. En conséquence, nos activités ont fait l'objet de 614 reportages en 2007-2008, ce qui constitue une augmentation comparative à 467 reportages l'année précédente. Les impressions d'audience ont totalisé environ 35,7 millions au cours de l'année<sup>1</sup>.

Les mentions concernant l'ACFC dans les médias portaient pour la plupart sur le crédit et les cartes de crédit, les prêts et les comptes bancaires.

<sup>1</sup> Nous ne disposons d'aucun chiffre concernant l'auditoire ou la circulation pour 294 des 614 mentions faites dans les médias, ce qui diminue notre capacité d'évaluer avec exactitude l'incidence de la couverture médiatique de l'ACFC.

organisations et aux formateurs qui travaillent avec les nouveaux immigrants et d'autres groupes communautaires. Le programme comprend notamment des renseignements en langage simple sur le droit des consommateurs d'ouvrir un compte bancaire et d'encasser sans frais les chèques du gouvernement du Canada.

Cette année, le YMCA du Grand Toronto a offert le programme à divers groupes en utilisant un nouveau DVD et un livret préparés par l'ACFC. Le matériel d'apprentissage bilingue fait en sorte que les messages de l'ACFC diffusés aux Canadiens soient uniformes. Le matériel sera utilisé par les formateurs qui tiennent des séances d'information s'adressant aux consommateurs vulnérables ainsi qu'aux nouveaux arrivants au Canada.

## • Semaine de l'éducation en matière de crédit

En 2007, Crédit du Canada et la Banque Capital One ont lancé la semaine de l'éducation en matière de crédit. Dans le cadre de cette nouvelle initiative nationale, ils ont invité des dirigeants du milieu des services financiers, ainsi que des représentants de groupes de défense des consommateurs, d'organisations communautaires et de divers ordres de gouvernement à prendre part à une série d'événements tenus à Toronto en novembre. Cette initiative s'adressait à des personnes de tous les milieux et visait à les sensibiliser davantage aux questions financières de même qu'à leur fournir les outils et les ressources dont elles ont besoin pour faire des choix financiers éclairés.

Au cours de la semaine, l'ACFC a participé à des foires tenues sur les campus de

l'Université de Toronto et de l'Université York, ainsi qu'à un salon professionnel. Ces événements ont permis d'informer les consommateurs au sujet de leurs droits et responsabilités concernant les services bancaires et les cartes de crédit, et les ont aidés à comprendre comment bien gérer leurs finances. Par ailleurs, l'ACFC a eu l'occasion de se faire mieux connaître des dirigeants communautaires et des décideurs.

## • Programme des conférenciers

Le Programme des conférenciers de l'ACFC nous permet de joindre un plus grand nombre de Canadiens au moyen d'allocutions publiques prononcées par le commissaire et d'autres membres de l'Agence. En 2007-2008, des représentants de l'ACFC ont pris la parole devant divers groupes dont les suivants :

- des participants à la semaine de l'éducation en matière de crédit; un auditoire au Palais des congrès du Toronto métropolitain;
- le YMCA du Grand Toronto;
- la Défense nationale et la Gendarmerie royale du Canada;
- l'Association coopérative d'économie familiale (ACEF) du Nord de Montréal;
- Logifem Inc. (un centre d'hébergement pour les femmes).

## • Distribution des fiches-conseils aux partenaires en liaison externe

Nous avons distribué notre première série de fiches-conseils, par la poste et par courriel, à 56 de nos partenaires en liaison externe. Environ 5 000 publications de l'ACFC ont été envoyées dans le cadre de cette initiative.



du gouvernement du Canada sans frais; l'importance d'avoir un bon dossier de crédit; et la façon de s'y prendre pour obtenir gratuitement un exemplaire du dossier tenu par les agences d'évaluation du crédit. La brochure fait également état de nos services et de nos produits, et explique comment l'ACFC peut venir en aide aux consommateurs.

Environ 1 000 ONG ont commandé 50 000 brochures et bons de commande de publications de l'ACFC, qu'elles ont distribués aux consommateurs pendant les comptoirs d'information fiscale tenus en 2007.

#### • Événements en milieu rural

Avec l'aide d'Agriculture et Agroalimentaire Canada, nous avons distribué deux publications destinées aux Canadiens vivant en milieu rural. En 2007-2008, des représentants de l'ACFC ont participé à 50 manifestations rurales et agricoles, à l'occasion desquelles ils ont distribué près de 2 250 publications et 2 500 documents publicitaires de l'Agence.

#### • Programme de la vedette du mois

Service Canada a retenu l'ACFC comme vedette du mois en mars 2008. En vertu du programme, nous avons fourni 213 050 publications aux centres de Service Canada, pour qu'elles soient distribuées aux consommateurs partout au pays. L'ACFC avait déjà été retenue dans le cadre du programme en 2004 et en 2006. La vedette du mois est un mécanisme particulièrement utile pour joindre les Canadiens qui n'ont pas accès à Internet.

### **Partenariats avec des organisations des secteurs privé et sans but lucratif**

#### • Langage simple

Les explications données au sujet des produits et services financiers sont souvent complexes. Pour répondre aux besoins des consommateurs canadiens, l'ACFC doit veiller à ce que l'information soit présentée de façon claire et efficace. C'est pourquoi nous utilisons un langage simple dans nos publications. C'est aussi la raison pour laquelle nous nous sommes dotés d'une expertise interne à ce chapitre.

En 2007-2008, nous avons poursuivi nos travaux avec MasterCard afin d'élaborer un formulaire de demande de carte de crédit en langage simple, que les émetteurs de cartes de crédit pourront utiliser. En janvier 2007, nous avons produit un prototype de demande. En mars 2008, l'ACFC et MasterCard ont testé le prototype auprès de huit groupes de consultation dans quatre villes du Canada.

#### • Programme de formation des formateurs

Le Programme de formation des formateurs de l'ACFC donne un aperçu du secteur des services financiers canadien aux

de pensions du Canada. Après cet envoi, 495 personnes âgées se sont adressées au Centre de communications avec les consommateurs de l'ACFC pour poser des questions et obtenir des renseignements.

Bien qu'un nombre croissant de Canadiens reçoivent les versements du gouvernement du Canada par dépôt direct, l'ARC continue à envoyer 6,1 millions de chèques par la poste chaque année. Il y a donc encore un grand nombre de Canadiens qui peuvent bénéficier de la stratégie de l'ACFC consistant à annexer des documents d'information aux chèques.

#### • Pavillon du Canada

Travaux publics et Services gouvernementaux Canada est le gestionnaire du Programme des expositions du gouvernement du Canada, dont fait partie le Pavillon du Canada — une exposition itinérante qui fait connaître différents ministères et organismes fédéraux. La participation régulière de l'ACFC à cette exposition nous donne la possibilité de nous entretenir avec des Canadiens partout au pays, de leur parler de nos activités et de connaître leurs préoccupations.

En 2007-2008, l'ACFC a pris part à quatre événements auxquels participait le Pavillon du Canada, soit à St. John's, Halifax, Saskatoon et Québec. Des représentants de l'ACFC se sont entretenus avec environ 15 000 Canadiens et ont distribué plus de 27 000 publications et 14 000 documents publicitaires. Nous en avons profité pour encourager les consommateurs à s'adresser à l'ACFC lorsqu'ils souhaitent obtenir de l'aide et des renseignements. Par ailleurs, ils nous ont parlé des

préoccupations et des problèmes que de nombreux Canadiens ont à l'égard des produits et des services financiers qu'ils utilisent.

#### • L'ACFC dans le milieu scolaire

L'ACFC a de nouveau participé au programme Enseignons l'impôt de l'Agence du revenu du Canada, qui a pour but d'aider les enseignants d'écoles secondaires et de collèges à initier leurs élèves au régime fiscal du Canada. Dans le cadre de ce programme, nous avons invité les enseignants à informer leurs élèves du rôle joué par l'ACFC dans le secteur canadien des services financiers et à utiliser les publications de l'ACFC en classe. En 2007-2008, les enseignants ont demandé plus de 57 000 publications. L'information qu'elles contiennent aide les élèves à comprendre divers produits et services financiers, à faire des choix financiers avec assurance en se fondant sur des faits et à connaître leurs droits lorsqu'ils traitent avec les institutions financières.

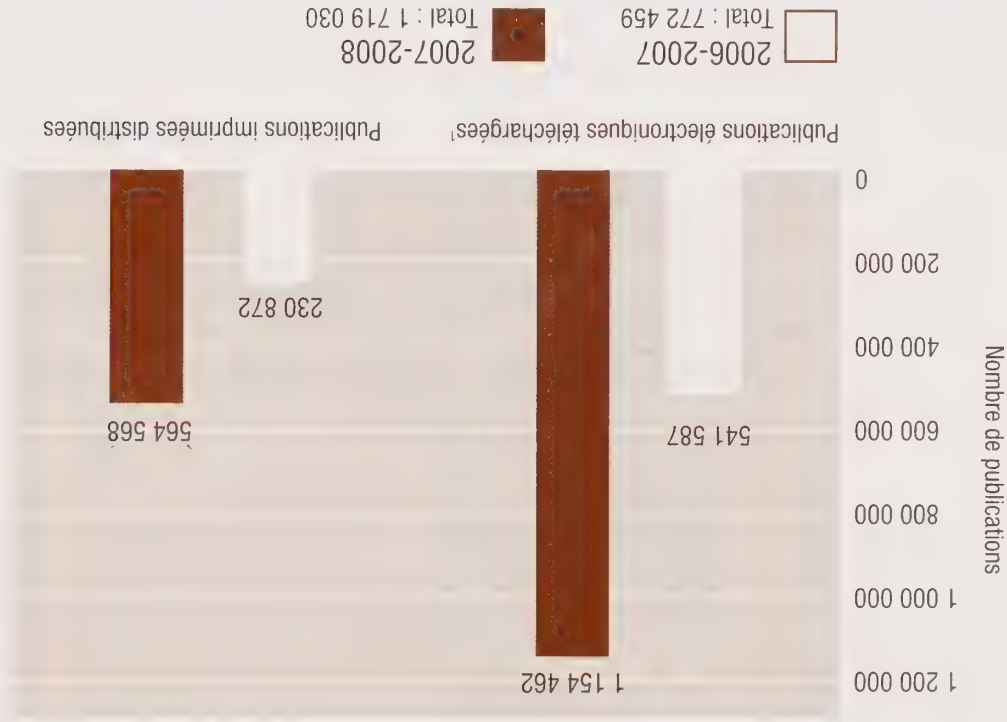
#### • Programme communautaire des bénévoles en matière d'impôt

L'Agence du revenu du Canada travaille avec un réseau d'organisations non gouvernementales (ONG) qui tiennent des comptoirs d'information fiscale pour les consommateurs à faible revenu. En partenariat avec l'ARC, nous avons fourni aux préposés de ces comptoirs une brochure conçue à cette fin ainsi qu'un bon de commande de publications, pour qu'ils les distribuent à leurs clients. La brochure explique les droits des consommateurs lorsqu'ils ouvrent un compte bancaire personnel, la façon d'encaisser un chèque

## Activités de liaison externe

La **figure 2** fait état de la distribution des publications de l'ACFC au cours des deux dernières années. En 2007-2008, nous avons distribué 1,7 million de publications en version imprimée et en ligne, ce qui représente une augmentation de 123 p. 100 par rapport à 2006-2007.

Figure 2 : Distribution des publications de l'ACFC aux consommateurs



¹ Comprend seulement les téléchargements des publications destinées au grand public.

## Partenaires du gouvernement fédéral

### • Annexe de documents d'information aux chèques

L'ACFC a de nouveau distribué ses documents d'information à un grand nombre de consommateurs en collaboration avec l'Agence du revenu du Canada. En tout, 5,5 millions de dépliant ont été joints aux chèques postés en janvier 2008 au titre du crédit pour la TPS/TVH et de la Prestation fiscale canadienne pour enfants. Les dépliant

portaient sur le droit des consommateurs d'ouvrir un compte bancaire et d'encaisser sans frais les chèques fédéraux d'un montant maximal de 1 500 \$. À la suite de l'envoi des dépliant, 4 065 personnes se sont adressées au Centre de communications avec les consommateurs de l'ACFC, et 1 365 publications ont été commandées. Pour sa part, Ressources humaines et Développement social Canada a annexé 1,2 million de dépliant de l'ACFC aux chèques postés en novembre 2007 au titre de la Sécurité de la vieillesse et du Régime



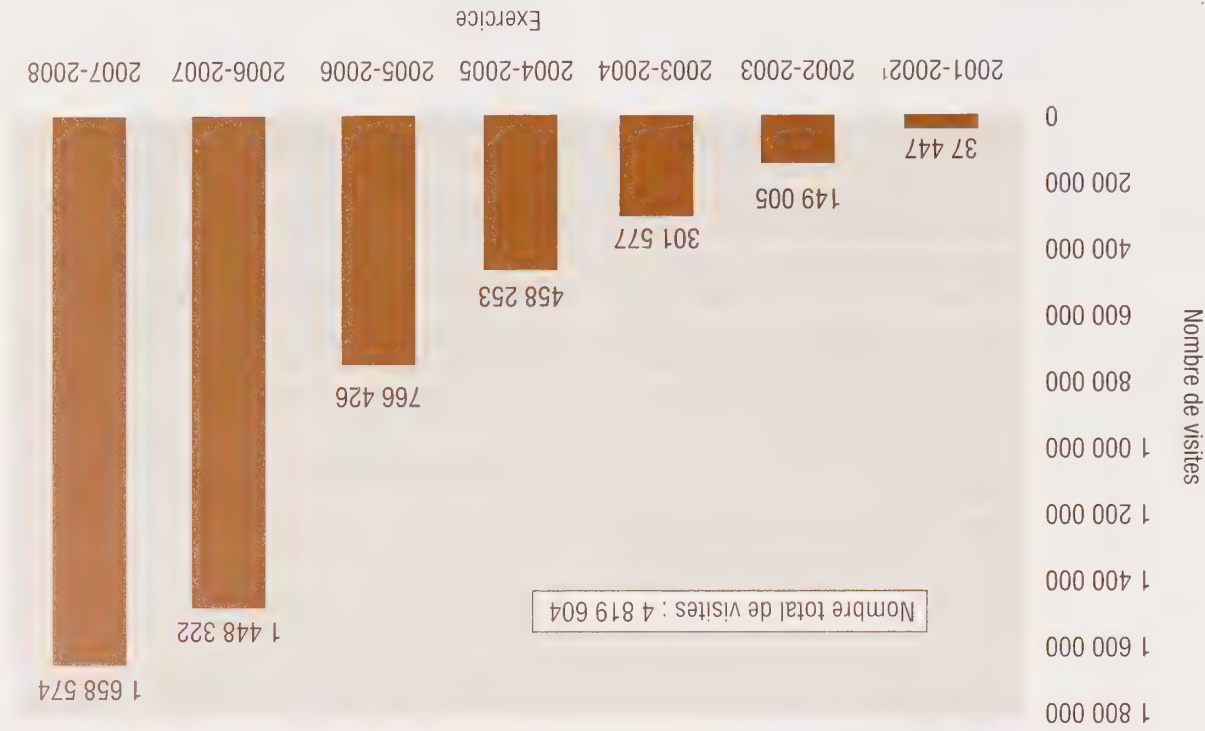
Le **tableau 1** indique que notre site Web a reçu en moyenne plus de 4 500 visites par jour en 2007-2008, soit une augmentation de 15 p. 100 par rapport à 2006-2007. Au cours de l'année écoulée, nous avons dénombré plus de 1,6 million de visites.

**Tableau 1 : Utilisation du site Web de l'ACFC**

Nombre de visites	1 448 322	1 658 574
Nombre moyen de visites par jour	3 968	4 544
Nombre de consultations des jeux-questionnaires de l'ACFC	22 880	34 748
Nombre de consultations de l'outil interactif <i>Guide du coût des services bancaires</i>	11 643	8 563
Nombre de consultations de l'outil de recherche <i>Procédures de traitement des plaintes</i>	184 872	226 527
Nombre de consultations de l'outil interactif <i>Les cartes de crédit : à vous de choisir</i>	9 335	14 714

La **figure 1** montre que le site Web de l'ACFC a fait l'objet de plus de 4,8 millions de visites depuis qu'il a été mis en service le 21 octobre 2001. De ce nombre, 3 millions de visites ont eu lieu au cours des deux dernières années seulement. Les Canadiens sont donc de plus en plus nombreux à connaître l'ACFC et l'aide qu'elle leur offre.

**Figure 1 : Nombre total de consultations du site Web de l'ACFC depuis son lancement, par exercices**



<sup>1</sup> L'exercice 2001-2002 couvre la période allant de la date de lancement du site Web (le 21 octobre 2001) au 31 mars 2002.

## Site Web et outils interactifs

- Normes sur la normalisation des sites Internet

En 2006, le Conseil du Trésor du Canada a approuvé les Normes sur la normalisation des sites Internet. Ces normes ont pour but d'assurer une plus grande uniformité quant à la présentation et à l'utilisation de la plupart des sites Web du gouvernement du Canada. Tous les sites existants doivent être adaptés à ces normes d'ici le 31 décembre 2008. En 2007-2008, l'ACFC a déployé un effort constant pour s'y conformer.

- Base de données sous forme de foire aux questions

L'ACFC a continué d'alimenter sa base de données sous forme de foire aux questions. On y trouve des réponses aux questions que les consommateurs posent le plus fréquemment à l'Agence. La base de données compte actuellement près de 100 sujets relatifs aux comptes bancaires, aux cartes de crédit, aux dossiers de crédit, aux prêts, aux hypothèques, aux débits préautorisés et à de nombreux autres produits et services financiers.

- Fiches-conseils

comment les frais sont imposés, comment les réduire au minimum et comment les consommateurs peuvent s'y prendre pour choisir des cartes à frais réduits, mais qui répondent tout de même à leurs besoins.

Nous avons continué d'élaborer des fiches-conseils rédigées en langage simple sur divers sujets courants et nouveaux. Ces documents de référence, courts et pratiques, aident les consommateurs à prendre des décisions financières éclairées en leur donnant la possibilité de comparer les services et les produits financiers. Certaines de nos fiches-conseils traitent de sujets que nous n'avons jamais abordés auparavant. D'autres sont la synthèse de documents d'information plus élaborés qui sont affichés dans notre site Web.

# Éducation des consommateurs et affaires publiques

## Informez les Canadiens

La Direction de l'éducation des consommateurs et des affaires publiques de l'ACFC vise d'abord et avant tout à fournir aux Canadiens les renseignements dont ils ont besoin pour évoluer de façon efficace dans le milieu des services financiers. À cette fin, nous leur fournissons des renseignements objectifs et indépendants au sujet des produits et des services financiers les plus courants. Nous les informons aussi des pratiques auxquelles ils doivent s'attendre lorsqu'ils traitent avec le secteur financier.

Sachant que les Canadiens ne cherchent pas à se renseigner ou à utiliser l'information de la même façon, nous offrons nos publications en version imprimée et dans notre site Web. Nous distribuons et diffusons d'autres types de renseignements en personne et au moyen d'outils interactifs en ligne. Nous nous efforçons toujours de rendre nos ressources accessibles à un vaste public afin que le plus grand nombre possible de Canadiens puissent obtenir les renseignements financiers dont ils ont besoin. Nous accordons cependant une attention particulière aux consommateurs les plus vulnérables, par exemple ceux dont les capacités de lecture et d'écriture sont limitées ou dont le revenu est peu élevé.

Pour faire connaître nos services et nos ressources aux Canadiens, nous travaillons également avec des organisations des secteurs public, privé et sans but lucratif. Les partenariats que nous formons nous permettent de tirer parti de vastes réseaux de

## Nouveaux produits et outils d'information destinés aux consommateurs

### Publications

- **Comptes d'épargne — Choisir le compte d'épargne qui répond à vos besoins**  
Nous avons publié un nouveau guide intitulé *Comptes d'épargne*. Offert en ligne, ce guide explique les avantages que procure un compte d'épargne, son fonctionnement, le mode de calcul des intérêts qui y sont versés et la manière dont l'épargne du consommateur y est protégée. Le guide comprend un outil interactif qui aide le consommateur à choisir le compte d'épargne qui répond le mieux à ses besoins.
- **Frais de service sur les transactions effectuées par cartes de crédit**  
Nous avons lancé une nouvelle publication qui s'intitule *Frais de service sur les transactions effectuées par cartes de crédit*. Offerte en ligne, cette publication comprend des exemples et décrit les divers frais qui peuvent s'appliquer aux transactions effectuées par carte de crédit. Elle explique

consommateurs et, ce faisant, de joindre des collectivités de toutes les régions du pays. Enfin, nous établissons des relations fructueuses avec les médias en vue de transmettre des renseignements objectifs à un grand nombre de Canadiens, rapidement et de façon rentable. En contrepartie, nous offrons aux médias une perspective unique du point de vue des Canadiens sur les produits et les services financiers qu'ils utilisent presque tous les jours.



## ***La Clik Economik***

En 2007-2008, nous avons élaboré et mis en place La Clik Economik. Il s'agit d'un portail électronique qui donne accès à un large éventail de ressources éducatives en matière financière, destinées aux enseignants, aux jeunes et au grand public. Ce portail Web a été lancé au cours de l'été 2008 à l'adresse [lclikeconomik.gc.ca](http://lclikeconomik.gc.ca). Il fait partie de notre initiative de littératie financière et comprend des liens permettant de consulter d'autres programmes d'éducation financière offerts à l'échelle du Canada. La Clik Economik est une source fiable et accessible d'outils didactiques conçus pour aider les jeunes Canadiens à perfectionner leurs connaissances financières de base.

## ***Modules d'apprentissage et ateliers pour les enseignants***

La Zone est une ressource autonome, prête à l'emploi, qui s'adresse aux enseignants et aux autres éducateurs. Nous n'étions pas sans savoir que les enseignants joueraient un rôle clé pour ce qui est de faciliter l'adoption à plus grande échelle de La Zone. Nous avons donc mis au point un module de formation de l'enseignant et avons pris les dispositions nécessaires pour l'offrir soit au moyen d'ateliers, soit en mode électronique à l'aide de webémissions et de cyberconférences. Nous avons utilisé un modèle de formation des formateurs pour les ateliers. Ceux-ci visent à mettre en place un groupe d'enseignants qui se feront les champions de La Zone en incitant leurs collègues à s'en servir. Les ateliers apportent aussi une aide additionnelle aux enseignants qui ne se sentent pas prêts à enseigner la matière parce que leurs propres connaissances financières sont limitées.

## ***Conférence canadienne sur l'éducation financière***

En septembre 2007, l'ACFC s'est associée à Social and Enterprise Development Innovations et au Forum conjoint des autorités de réglementation du marché financier pour mener une initiative importante. Il s'agissait d'organiser une conférence à l'intention des spécialistes de la littératie financière et des représentants d'organisations œuvrant dans ce domaine, du Canada et d'autres pays. La conférence avait pour but d'échanger des pratiques exemplaires et des idées, de promouvoir le dialogue et de favoriser la collaboration. Après un an de préparation, la Conférence canadienne sur l'éducation financière s'est déroulée en septembre 2008. Parmi les participants, on comptait des représentants du secteur et des organismes de réglementation, des décideurs et des politiciens, ainsi que des chefs de file mondiaux dans le domaine de l'éducation financière.

## ***Enseignement des connaissances financières de base au collège***

L'ACFC a travaillé avec l'Investor Education Fund et le Collège George Brown de Toronto afin d'élaborer et de distribuer des ressources didactiques pour l'enseignement des matières financières au niveau postsecondaire. Le Collège a décidé de mener le projet pilote gratuitement. Le premier atelier de trois heures a été donné en mars 2008. Il a consisté à présenter des concepts financiers de base aux élèves du Collège. Un deuxième atelier a été donné en mai et un troisième est prévu pour octobre. Le but de cette initiative est de mettre au point un programme d'éducation en matière financière de niveau collégial qui pourra ensuite être offert à l'ensemble des établissements d'enseignement postsecondaire du Canada.

décisions en renforçant leur connaissance et leur compréhension des questions financières.

• **Faire participer le secteur.** Nous ferons

appel à des intervenants influents du secteur, notamment les fournisseurs actuels d'information et de ressources éducatives en matière financière, en vue d'améliorer les connaissances financières de base des Canadiens.

Les partenariats mis en place par l'ACFC l'aident de façon déterminante à atteindre ces objectifs, et il continuera d'en être ainsi. Dans le cadre de notre engagement à promouvoir les pratiques exemplaires dans ce domaine, nous avons tenu des discussions approfondies avec d'autres organisations en 2007-2008. Notre objectif était de définir les secteurs de collaboration et de soutien possibles. Les discussions ont abouti à plusieurs initiatives, la plus importante étant celle qui vise les jeunes Canadiens.

## L'éducation financière des jeunes

L'ACFC axe son programme d'éducation financière sur les besoins des jeunes Canadiens. À cette fin, nous avons répertorié les ressources et les programmes existants en 2007-2008, et nous avons établi des partenariats avec d'autres organisations. Par la suite, au moyen de l'information recueillie, nous avons élaboré un programme d'études à l'intention des jeunes ainsi que d'autres initiatives importantes. Parmi les projets mis en œuvre figurent les suivants.

## La Zone : une ressource éducative en matière financière

L'ACFC a élaboré *La Zone : une ressource éducative en matière financière* conjointement avec la Commission canadienne des valeurs mobilières de la Colombie-Britannique. Cet outil interactif offert en ligne gratuitement est conçu pour aider les jeunes Canadiens à acquérir de solides connaissances financières. *La Zone* s'inspire d'un programme créé par la Commission, qui est actuellement enseigné dans les écoles secondaires de la Colombie-Britannique. Cet outil s'appuie sur une approche intéressante qui est ponctuée de récits et met en scène des personnages à différentes étapes du cycle de vie. *La Zone* donne la possibilité aux élèves de vivre des expériences financières dans un contexte exempt de risques. Il est prévu de mettre cette ressource axée sur les jeunes à la disposition des éducateurs à l'échelle du pays.

De concert avec la Commission, nous avons remanié le programme de la Colombie-Britannique pour qu'il puisse être utilisé dans toutes les régions du pays, et nous en avons préparé une version en ligne. Nous avons mis au point le contenu téléchargeable des cours — y compris des feuilles de travail et des guides pour les enseignants — et nous avons établi des concordances avec les programmes d'études de toutes les provinces et de tous les territoires. Nous avons également commencé à préparer les modules d'apprentissage en ligne, qui traitent de questions financières comme les budgets, les services bancaires et le crédit.

Lancée à l'automne 2008, *La Zone* est maintenant offerte dans les deux langues officielles sur La Click Economik, un site Web sur l'éducation financière (voir la section suivante).

## Pourquoi s'intéresser à la littératie financière?

Trois raisons principales sous-tendent l'importance de la littératie financière pour les consommateurs et le secteur canadien :

- **Connaissance et compréhension des questions financières.** Les

consommateurs doivent comprendre l'argent et le crédit, ainsi que leur utilisation, afin d'être en mesure de faire les bons choix quant à leur situation financière courante.

- **Capacité et compétences en matière financière.** Les consommateurs doivent

être capables d'appliquer leurs connaissances financières dans de nombreuses situations, y compris celles qui les amènent à faire face à des problèmes financiers ou à saisir des occasions financières.

- **Des règles du jeu plus équitables.** Les

consommateurs doivent acquérir des connaissances financières de base pour devenir des participants plus efficaces au marché. Le secteur des services financiers canadien n'en sera que plus efficient et compétitif.

Deux objectifs clés de l'initiative relative à la littératie financière, qui ont été énoncés dans le plan d'activités 2007-2009 de l'ACFC, constituent le point de départ de ce programme :

- **Faire participer les consommateurs.**

Nous élargirons, améliorerons et favoriserons les initiatives nationales qui sont propices à la participation des consommateurs de services financiers et leur permettent de prendre de meilleures

grand public. Nous maintiendrons notre engagement à promouvoir l'éducation des consommateurs, à encourager l'utilisation d'un langage simple au sein du secteur, à élaborer et à mettre au point des publications et des outils, et à surveiller les institutions financières du Canada. De concert avec nos partenaires actuels, et avec de nouveaux partenaires, nous préparerons et nous distribuerons des ressources didactiques qui pourront être utilisées à l'échelle du pays.

Dans le cadre des efforts constants que nous déployons pour perfectionner et actualiser notre mécanisme de vérification de la conformité, nous mènerons un examen complet de notre cadre de conformité. Cela contribuera à faire en sorte que celui-ci reste à jour et adapté aux changements touchant le secteur canadien des services financiers et aux besoins des consommateurs.

Enfin, nous continuerons à nous efforcer de mieux faire connaître l'ACFC et ses services à tous les Canadiens.

## Littératie financière

En 2007-2008, nous avons amorcé l'élaboration d'une nouvelle initiative relative à la littératie financière afin d'aider les jeunes Canadiens à comprendre comment gérer leurs finances de façon plus efficace. Dans le budget qu'il a déposé en mars 2007, le gouvernement du Canada a annoncé un financement de 3 millions de dollars à l'appui de la création et de l'exécution d'un tel programme pendant la période de 2007 à 2009. L'engagement du gouvernement fédéral témoigne de l'importance de l'éducation financière pour les Canadiens et contribue au bien-être de la société et de l'économie du Canada.



L'an dernier, nous avons distribué 1,7 million de publications aux Canadiens. Cela représente plus du double du nombre enregistré en 2006-2007. Par ailleurs, notre site Web a reçu plus de 1,6 million de visites au cours de l'année, soit une moyenne de plus de 4 500 visites par jour. Il s'agit d'une augmentation de 15 p. 100 par rapport à 2006-2007.

L'initiative relative à la littératie financière est la plus importante des nouvelles activités menées par l'ACFC en 2007-2008. Notre programme de littératie financière a été conçu pour aider les Canadiens à améliorer leur capacité à comprendre, à analyser et à utiliser l'information concernant les décisions financières courantes. Dans le cadre de ce programme, notre première priorité est de transmettre aux jeunes Canadiens les connaissances financières dont ils ont besoin pour réussir à l'âge adulte. À cette fin, nous travaillons avec des partenaires comme la Commission des valeurs mobilières de la Colombie-Britannique, l'Investor Education Fund et Social and Enterprise Development Innovations.

Les partenariats ont occupé une place essentielle dans la mise en œuvre de nombreuses activités d'éducation et de liaison externe de l'ACFC au cours de 2007-2008. Nous avons continué de travailler avec MasterCard et Éducaloi à l'élaboration d'un formulaire de demande de carte de crédit en langage simple. Grâce aux relations de longue date que nous entretenons avec l'Agence du revenu du Canada (ARC) et Ressources humaines et Développement social Canada, des dépliant de l'ACFC ont été annexés aux chèques du gouvernement expédiés aux Canadiens. Nous avons également participé de nouveau au Programme communautaire des bénévoles en matière d'impôt de l'ARC. Nous avons aussi travaillé avec Agriculture et

L'ACFC protège les droits et les intérêts des consommateurs par l'intermédiaire de la Direction de la conformité et de l'application. La Direction surveille l'application et assure le respect des lois, des règlements, des codes de conduite volontaires et des engagements publics qui régissent les institutions financières sous réglementation fédérale au Canada. Les activités de l'Agence ont une incidence réelle sur les pratiques du secteur. En effet, un seul cas de conformité peut donner lieu à des changements dont profiteront des milliers, voire des millions, de Canadiens. En 2007-2008, nous avons continué de perfectionner notre procédure de vérification de la conformité en améliorant nos outils d'examen préliminaire des plaintes et de gestion des cas. Les changements apportés nous aident à mieux cerner les cas de conformité qui seront les plus lourds de conséquences pour les consommateurs et le secteur. Au chapitre de la surveillance, le Code de pratique canadien des services de cartes de débit (le « code relatif aux cartes de débit ») a été retenu comme la priorité de l'année 2007-2008, et nous avons amorcé un examen de grande portée visant à déterminer la mesure dans laquelle les institutions financières appliquaient et respectaient ce code.

## Protéger les intérêts des consommateurs

## Préparer l'avenir

L'ACFC continuera de promouvoir l'acquisition des connaissances financières de base auprès des Canadiens. Nous axerons encore nos efforts sur les jeunes, mais nous ferons aussi en sorte que nos ressources s'adressent au

## Bilan de l'année

Depuis sa mise sur pied en 2001, l'Agence de la consommation en matière financière du Canada (ACFC) s'emploie à faire en sorte que tous les consommateurs canadiens possèdent les outils dont ils ont besoin pour accéder à un marché financier concurrentiel et équitable. Nous fournissons des renseignements objectifs et fiables que les consommateurs peuvent utiliser pour prendre des décisions financières, et nous veillons au respect des lois et des règlements qui protègent les intérêts des consommateurs lorsqu'ils traitent avec les institutions financières.

### Améliorer le marché financier

Chaque année, des dizaines de milliers de Canadiens s'adressent à l'ACFC pour poser des questions, demander des renseignements et obtenir de l'aide. Les relations directes que nous entretenons avec les consommateurs nous apportent une connaissance tout à fait unique de leurs besoins et de leurs préoccupations, nous aident à élaborer nos ressources éducatives et alimentent nos activités liées à l'application de la réglementation.

Le travail que nous accomplissons a une incidence sur la vie courante de tous les Canadiens. En effet, il les aide à obtenir des renseignements clairs et complets au sujet des produits et des services financiers qui leur sont offerts. Pour nous assurer que les institutions financières s'acquittent de leurs obligations envers les consommateurs, nous surveillons la façon dont ces institutions se conforment aux dispositions visant les consommateurs énoncées dans les lois et les règlements qui leur sont applicables. L'ACFC renforce ainsi le marché concurrentiel dans l'intérêt de tous les intervenants. De plus, il donne la possibilité aux

### Informar les Canadiens

consommateurs de comprendre leurs droits, leurs responsabilités et les choix qui leur sont proposés, ce qui les aide à prendre de bonnes décisions.

En 2007-2008, nous avons continué à miser sur notre force et notre expérience croissantes en tant que source fiable d'information objective pour les consommateurs et en tant qu'organisme de réglementation du secteur financier canadien. Nous avons consolidé les progrès que nous avons déjà réalisés en vue de remplir notre mandat, et nous avons poursuivi nos travaux de concert avec nos partenaires, anciens et nouveaux, des secteurs privé, public et sans but lucratif. Dans le cadre d'une initiative particulièrement importante, nos travaux dans le domaine de la littératie financière ont commencé à prendre de l'ampleur.

En 2007-2008, nous avons continué à élaborer de nouvelles publications traitant de questions comme les comptes d'épargne et leurs avantages, et les frais de service sur les transactions effectuées par carte de crédit. Nous avons continué à offrir des outils interactifs en ligne que les consommateurs peuvent utiliser pour comparer des produits comme les comptes bancaires et les cartes de crédit. Nous avons aussi publié de nouvelles fiches-conseils et enrichi la base de données de notre foire aux questions.

Les services et les renseignements offerts par l'ACFC font l'objet d'une demande croissante.

# Informez et protégez les consommateurs







organisé la Conférence canadienne sur la littératie financière, qui a eu lieu à Montréal en septembre 2008. L'événement a réuni des spécialistes de la littératie financière et des représentants d'organisations œuvrant dans ce domaine, venus du Canada et de partout dans le monde.

L'année qui vient de s'écouler a représenté une période de transition harmonieuse pour l'Agence. Tout en misant sur le travail accompli au cours des dernières années, nous avons commencé à préparer l'avenir. Nos réalisations à l'égard de la conformité et de l'éducation constituent de solides assises sur lesquelles nous pourrions compter pour renforcer les compétences des Canadiens en matière de littératie financière. Il s'agit là je crois de la prochaine étape déterminante pour atteindre les objectifs liés à notre mandat.

La commissaire,

*Ursula Menke*

Ursula Menke

Grâce à ce financement opportun, nous avons pu mettre en œuvre plusieurs projets essentiels. Parmi ceux-ci, nous avons élaboré, en partenariat avec la Commission des valeurs mobilières de la Colombie-Britannique, *La Zone : une ressource éducative en matière financière*. Lancé en septembre 2008, cet outil en ligne permettra aux jeunes Canadiens âgés de 15 à 18 ans d'acquérir de solides connaissances de base en matière financière. Nous croyons qu'il est important de s'adresser d'abord aux jeunes, car c'est pendant cette période de leur vie qu'ils commencent à gagner un salaire. En faisant l'acquisition de ces connaissances essentielles très tôt, les jeunes seront mieux outillés pour prendre de bonnes décisions, et ce, tout au long de leur vie.

*La Zone* n'est que le premier volet d'une vaste initiative visant à offrir une formation financière de base à de nombreux groupes. Pour être en mesure de donner cette formation aux Canadiens qui en ont le plus besoin, il sera indispensable d'établir un réseau de partenariats. Des discussions sont présentement en cours avec des partenaires éventuels, dont des éducateurs et des organismes communautaires.

Dans le cadre de notre travail relatif à la littératie financière, nous avons communiqué avec des intervenants à l'échelle nationale et internationale. En 2007-2008, nous avons

## Lettre de la commissaire



preuves depuis la création de l'Agence en 2001, notamment les publications à l'intention des consommateurs, la liaison externe et l'établissement de partenariats.

Il s'agit là d'activités très importantes, et comme toujours, nous continuerons à les mener avec vigueur. Je suis cependant convaincue que la tâche la plus pressante à l'heure actuelle est de promouvoir la littératie financière. À cet effet, et afin de remplir son mandat, l'Agence doit offrir de la formation en matière financière aux Canadiens.

Le fait de posséder des connaissances de base en matière financière peut faire une grande différence dans le quotidien des Canadiens. En décidant d'accorder un financement de deux ans à l'ACFC pour créer un programme de littératie en matière financière, le gouvernement du Canada a démontré l'importance qu'il accordait à cette question.

À titre de nouvelle commissaire\* de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada (ACFC), je me réjouis de pouvoir jeter un coup d'œil rétrospectif sur nos réalisations et également d'examiner ce que nous réserve l'avenir.

J'ai été nommée commissaire en décembre 2007 alors que plus de la moitié du dernier exercice s'était déjà écoulée. Quoi qu'il en soit, je peux dire qu'au cours de l'exercice 2007-2008, nous avons poursuivi sur notre lancée en matière de conformité et d'éducation des consommateurs. En ce qui concerne la réglementation, nous avons continué de mettre l'accent sur les questions pouvant toucher le plus grand nombre de Canadiens. Parallèlement, nous avons constaté que, dans l'ensemble, le secteur financier respectait ses engagements et ses obligations. Au chapitre de l'éducation des consommateurs, nous avons maintenu les initiatives qui ont fait leurs





Édifice Enterprise, 6<sup>e</sup> étage  
427, avenue Laurier Ouest  
Ottawa (Ontario) K1R 1B9

Le 1<sup>er</sup> octobre 2008

L'honorable James M. Flaherty, C.P., député  
Ministre des Finances  
Chambre des communes  
Ottawa (Ontario) K1A 0A6

Monsieur le Ministre,

J'ai le plaisir de vous soumettre le rapport annuel de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada, qui couvre la période allant du 1<sup>er</sup> avril 2007 au 31 mars 2008, soit la sixième année d'activités complète de l'Agence.

Je vous prie d'agréer, Monsieur le Ministre, l'assurance de mes sentiments les plus distingués.

La commissaire,

*Ursula Menke*

Ursula Menke

# Liste des figures et des tableaux

## Figures

1	Nombre total de consultations du site Web de l'ACFC depuis son lancement,	13
2	Distribution des publications de l'ACFC aux consommateurs.....	14
3	Nombre total de communications reçues par l'ACFC, selon la source .....	28
4	Nombre total de communications reçues par l'ACFC concernant les institutions financières sous réglementation fédérale .....	28
5	Communications reçues par l'ACFC, par sujets .....	29
6	Temps nécessaire pour fermer un dossier relatif à un appel téléphonique reçu par le Centre de communications avec les consommateurs .....	54
7	Temps nécessaire pour fermer un dossier après la réception d'une communication ou la visite d'un consommateur, pour des questions autres que la conformité .....	55
8	Temps nécessaire pour fermer un dossier relatif à une question de conformité .....	56

## Tableaux

1	Utilisation du site Web de l'ACFC.....	13
2	Nombre total de communications reçues par l'ACFC, selon la région géographique .....	27
3	Demandes de renseignements et plaintes reçues pour des questions autres que la conformité, selon la catégorie .....	29
4	Nombre total de communications reçues à propos de la conformité, selon la catégorie.....	33
5	Questions de conformité relatives aux dispositions visant les consommateurs, aux codes de conduite, aux engagements publics et au dépôt de documents, .....	34
6	Dossiers fermés pour des cas de conformité ayant fait l'objet de mesures .....	39
7	Dossiers fermés pour des cas relatifs aux dispositions visant les consommateurs, selon le type de disposition.....	40
8	Dossiers fermés pour des cas de conformité relatifs aux codes de conduite et aux engagements publics, selon le type de disposition .....	46
9	Questions relatives aux fermetures de succursales .....	47

# Table des matières

2	Lettre de la commissaire .....
5	Informier et protéger les consommateurs .....
6	Bilan de l'année .....
8	Littératie financière .....
11	Éducation des consommateurs et affaires publiques .....
19	Conformité et application .....
26	Répondre aux besoins des consommateurs .....
27	Demandes de renseignements et plaintes .....
33	Questions de conformité .....
48	Activités de l'ACFC .....
49	Rôles et responsabilités opérationnels .....
51	Pratiques de gestion exemplaires .....
53	Rendement de l'ACFC .....
54	Service aux consommateurs .....
57	États financiers .....
74	Annexes .....
75	A : Glossaire .....
78	B : Dispositions et règlements visant les consommateurs .....
81	C : Principaux codes de conduite et engagements publics sous la surveillance de l'ACFC .....



## Notre mission

L'Agence de la consommation en matière financière du Canada (ACFC) a pris l'engagement d'améliorer le secteur financier du Canada en :

- assurant une surveillance efficace et efficiente des institutions financières pour veiller à ce qu'elles s'acquittent de leurs obligations envers les consommateurs;
- fournissant de l'information qui permet aux consommateurs de comprendre leurs droits et de prendre des décisions éclairées en matière financière.

**L'ACFC offre aux consommateurs des publications, de l'information et des outils interactifs.**

**Site Web** ..... [acfc.gc.ca](http://acfc.gc.ca)

**Téléphone (sans frais)** ..... 1-866-461-ACFC (2232)  
(Centre de communications avec les consommateurs)  
De la région d'Ottawa ou  
de l'extérieur du Canada : ..... 613-996-5454

**Téléscripteur (sans frais)** ..... 1-866-914-6097  
(Pour les personnes sourdes ou malentendantes)  
De la région d'Ottawa ou  
de l'extérieur du Canada : ..... 613-947-7771

**Télécopieur (sans frais)** ..... 1-866-814-2224  
De la région d'Ottawa ou  
de l'extérieur du Canada : ..... 613-941-1436

**Courriel** ..... [info@acfc.gc.ca](mailto:info@acfc.gc.ca)

### Adresse postale

Agence de la consommation en matière financière du Canada  
Édifice Entreprise, 6<sup>e</sup> étage  
427, avenue Laurier Ouest  
Ottawa (Ontario) K1R 1B9

N.B. Dans cette publication, la forme masculine désigne tant les femmes que les hommes.

© Sa Majesté la Reine du Chef du Canada (Agence de la consommation en matière financière du Canada)  
N° de catalogue : FC1-2008  
ISBN : 978-0-662-05852-6





07-08

# rapport annuel













